
ANAIS
III SEMINÁRIO NACIONAL
TURISMO
UFS
Turismo e
Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

ANAIS DO III SEMINÁRIO NACIONAL TURISMO/UFS

05 A 07 DE NOVEMBRO DE 2018

ORGANIZAÇÃO DOS ANAIS:

Profª. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos (DTUR/UFS)



COMISSÃO ORGANIZADORA

Prof.ª Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos

Prof. Dr. Denio Santos Azevedo

Prof.ª Dra. Daniella Pereira

Prof.ª Dra. Jennifer Caroline Soares

Prof. Drando. Joab Almeida Silva

Prof.ª Dra. Lillian Maria de Mesquita Alexandre

Prof.ª Dra. Rosana Eduardo da Silva Leal

Prof. Me. Wagner Araújo Oliveira

COMISSÃO CIENTÍFICA

Prof.ª Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos

Prof. Dr. Denio Santos Azevedo

Prof.ª Dra. Daniella Pereira

Prof.ª Dra. Jennifer Caroline Soares

Prof. Drando. Joab Almeida Silva

Prof.ª Dranda. Laura Almeida de Calasans Alves

Prof.ª Dra. Lillian Maria de Mesquita Alexandre

Prof.ª Dra. Rosana Eduardo da Silva Leal

Prof. Me. Wagner Araújo Oliveira

Copyright © 2018 – III Seminário Nacional Turismo/UFS. As contribuições assinadas são de responsabilidade exclusiva dos autores.

ISBN: 978-85-7822-681-7

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Seminário Nacional Turismo/UFS (3. : 2018 : São Cristóvão, SE)

S471a Anais do III Seminário Nacional Turismo/UFS [recurso eletrônico] : turismo e transformação digital. V Semana Acadêmica e Cultural da UFS : SEMAC : 05 a 07 de novembro de 2018, São Cristóvão, SE / organização Cristiane Alcântara de Jesus Santos. – São Cristóvão, SE : Universidade Federal de Sergipe, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Departamento de Turismo, 2018.

265 p. : il.

ISBN 978-85-7822-681-7

1. Turismo – Inovações tecnológicas. 2. Patrimônio cultural. 3. Cultura e turismo. 4. Marketing turístico. 5. Sustentabilidade e meio ambiente. 6. Turismo e Estado. 7. Espaços públicos. 8. Turismo e gastronomia. 9. Museu da Gente Sergipana. 10. Museu de Arqueologia de Xingó. 11. Sergipe. 12. Rio Grande do Norte. I. Universidade Federal de Sergipe. II. Santos, Cristiane Alcântara de Jesus. III. Título. IV. Título: Turismo e transformação digital. V. Título: Semana Acadêmica e Cultural da UFS.

CDU 338.48

APRESENTAÇÃO

O III Seminário Nacional Turismo/UFS teve como objetivo ampliar o debate científico sobre a relação entre turismo, tecnologia e inovação, seguindo as premissas da Organização Mundial do Turismo (OMT), que em 2018 abordou o tema "Turismo e Transformação Digital".

O evento ocorreu no período de 05 a 07 de novembro de 2018, sendo parte da programação científica da V Semana Acadêmica da Universidade Federal de Sergipe, que aconteceu de 05 a 09 de novembro de 2018.

O III Seminário Nacional Turismo/UFS se constitui em um espaço para debates, reflexões e apresentações de projetos de ensino, pesquisa e extensão, por meio de uma programação composta por conferências, grupos de trabalho, comunicações científicas, workshops, oficinas, apresentações culturais, bem como, visita técnica.

O evento também teve como objetivo estreitar os laços entre a universidade, os empresários, trabalhadores do turismo, governos do estado e municípios sergipanos, bem como comunidades locais, além de proporcionar um intercâmbio entre pesquisadores de diferentes partes do Brasil. Para tanto, este evento foi uma realização do Grupo de Pesquisa Gestão em Turismo e Hospitalidade (GTURH/UFS/CNPQ).

Nestes anais estão publicados os trabalhos que foram apresentados nos 5 (cinco) Grupos de Trabalhos inseridos no evento. Ressaltamos a necessidade de continuarmos com as reflexões e debates sobre temas pertinentes ao turismo, assim como, aproveitarmos esses espaços para discussão dos métodos inerentes às pesquisas.

Agradecemos a participação de todos e desejamos uma excelente leitura!

Comissão Organizadora do III Seminário Nacional Turismo/UFS

SUMÁRIO

Grupo de Trabalho 1: Turismo, Patrimônio Cultural e Identidades.....7

Grupo de Trabalho 2: Planejamento, Gestão e Inovação em Destinos Turísticos 81

Grupo de Trabalho 3: Turismo e Meio Ambiente 170

Grupo de Trabalho 4: Microeconomia, Análise Regional e Políticas Públicas de Turismo 209

Grupo de Trabalho 5: Desenvolvimento, Turismo Criativo e Comunidades 247

GT 01:

TURISMO, PATRIMÔNIO CULTURAL E IDENTIDADES

Coordenação:

Prof. Dr. Denio Azevedo - Departamento de Turismo/UFS

Prof. Me. Ivan Rêgo Aragão - Cursos de Turismo e Hospedagem/IFS

SABORES SERGIPANOS: TECNOLOGIAS DIGITAIS, COOPERATIVISMO E A PROMOÇÃO TURÍSTICA DO DESTINO SERGIPE

Dayseanne Teles Lima[1]
Denio Santos Azevedo[2]

RESUMO

O fenômeno turístico traz em suas características uma complexidade de elementos e agentes que demandam um planejamento cada vez mais voltado à necessidade de participação social, reconhecimento das identidades e valorização das potencialidades locais. Nas iniciativas das políticas públicas voltadas para o planejamento do turismo, fica aparente o interesse em associar atividades produtivas, como a agricultura, à atividade turística. Da mesma forma que a globalização interfere nas identidades, no turismo, também interfere no trabalho do campo que busca estratégias para a permanência da agricultura familiar no mercado agrícola. A organização de cooperativas e associações agropecuárias percebe o setor turístico como potencial mercado consumidor. Assim, esta pesquisa traz como objetivo apresentar a página "**Sabores Sergipanos**" enquanto ferramenta de divulgação de produtos agrícolas produzidos por cooperativas, com o intuito de promover a culinária sergipana em prol do fortalecimento das identidades e desenvolvimento socioeconômico e turístico local. Enquanto recorte do trabalho de conclusão de curso de especialização em Planejamento do Turismo, este artigo traz a pesquisa bibliográfica como metodologia principal, abordando as discussões teóricas que levaram à construção do trabalho e do endereço eletrônico. Como resultado principal, este artigo apresenta a proposta de construção coletiva do *site* **Sabores Sergipanos**, como uma plataforma para divulgação das cooperativas e da produção agrícola como parte da valorização identitária, aliando a perspectiva da sergipanidades à promoção turística do estado.

Palavras-chave: Turismo. Cooperativismo. Tecnologias Digitais.

ABSTRACT

The tourist phenomenon brings in its characteristics a complexity of elements and agents that demand a planning increasingly focused on the need of social participation, recognition of the identities and valorization of the local potentialities. In the initiatives of the public policies directed to the planning of the tourism, it is apparent the interest in associating productive activities, like agriculture, to the tourist activity. Just as globalization interferes with identities in tourism, it also interferes with the work of the countryside that seeks strategies for the permanence of family agriculture in the agricultural market. The organization of agricultural cooperatives and associations perceives the tourism sector as a potential consumer market. Thus, this research aims to present the page "**Sabores Sergipanos**" as a tool for the dissemination of agricultural products produced by cooperatives, with the aim of promoting the Sergipe cuisine in favor of strengthening identities and local socioeconomic and tourist development. As a part of the specialization course, this article brings the bibliographical research as the main methodology, addressing the theoretical discussions that led to the construction of the work and the proposed page. As a main result, this article presents the proposal of collective construction of the "**Sabores Sergipanos**" site, as a platform for the dissemination of cooperatives and agricultural production as part of the valorization of identity, combining the sergipanities perspective with the state's tourism promotion.

Key-words: Tourism. Cooperativism. Digital Technologies

[1] Pós-graduação em Planejamento do Turismo (DTUR/UFS), Mestre em Turismo (PPMTUR/IFS) e Graduação em Turismo (DTUR/UFS). E-mail: daysetlima@gmail.com.
[2] Doutor em Sociologia (PPGS/UFS), Mestre em Sociologia (NPPCS/UFS), Graduado em História (DHI/UFS). Professor adjunto do Departamento de Turismo – Universidade Federal de Sergipe. E-mail: denio_azevedo@yahoo.com.br.

INTRODUÇÃO

Quando pensamos nas possibilidades, aspectos e dimensões alcançados pelo turismo, percebe-se que muitos são os agentes envolvidos e o quão pertinente se faz a interdependência para o desenvolvimento desta atividade. Estabelecer a prática da atividade turística não está sujeita apenas de um posicionamento do poder público, ou de interesse apenas da comunidade e visitantes ou mobilização única das empresas privadas. Numa perspectiva plural do turismo, há uma maior importância em integrar comunidade, políticas públicas, setores privados, meio ambiente, novas práticas tecnológicas e da informação. Não apenas para atender demandas de mercado e ao perfil cada vez mais exigente do turista, mas para promover um desenvolvimento socioeconômico local que seja sustentável.

É possível afirmar que não há como estabelecer um planejamento bem-sucedido quando não há o respeito à comunidade e às suas características culturais e naturais. Muito além da importância de se cumprir objetivos, metas e formas de execução, o planejamento turístico traz consigo a responsabilidade em estimular a participação da população residente. Concordando com Molina e Rodriguez (2001, p. 126), "[...] o planejamento participativo apresenta-se como uma excelente alternativa para fazer oposição aos excessivos desequilíbrios gerados nos polos turísticos".

Nas dinâmicas do mercado turístico, as tecnologias digitais fizeram das identidades, atrativos. Atualmente, é mais do que possível ter informações sobre qualquer destino no mundo, incluindo a experiência de realidade virtual. Sob o ponto de vista competitivo do mercado, os destinos têm na exaltação de suas identidades possibilidades de atrair turistas, gerar emprego e renda. Identidades estas que se traduzem nas diferentes manifestações culturais locais, inclusive na gastronomia. A perspectiva de estabelecer planejamentos que envolvem áreas rurais, e sua população, ao turismo, traz indícios significativos para fortalecimento da cadeia produtiva local. A comercialização de produtos agropecuários da agricultura familiar junto a hotéis e restaurantes, por exemplo, pode contribuir para o fortalecimento da participação destes grupos na sociedade.

Sendo assim, acreditando que a atividade turística pode possibilitar a integração e o fortalecimento das identidades e da produção agropecuária local, este artigo faz uma breve reflexão a respeito da relação entre turismo e da agricultura familiar, por meio das cooperativas agrícolas. A perspectiva é discutir as relações entre sergipanidades, cooperativismo e turismo e analisar o papel que estas organizações sociais podem desempenhar para o fortalecimento das identidades locais. Esta pesquisa é exploratória-descritiva, que coloca em evidência a utilização

das tecnologias digitais como ferramenta de divulgação e aproximação entre as cooperativas, o consumidor e o turista. E traz como resultado a apresentação da página "**Sabores Sergipanos**", que traz como proposta a divulgação de produtos agrícolas orgânicos e/ou produzidos pela agricultura familiar em Sergipe e ainda utilizar deste espaço para relacionar a gastronomia sergipana.

AGRICULTURA FAMILIAR, TECNOLOGIAS DIGITAIS E TURISMO

As mudanças nas estruturas do mercado turístico, decorrentes da adaptação aos avanços tecnológicos no setor de transportes, serviços, informações, também influenciam no comportamento do turista. Como apontam Irving *et al* (2005) a atividade turística possui uma "economia globalizada" que pode vir a gerar benefícios ao desenvolvimento socioeconômico local. Ao mesmo tempo em que a globalização facilita o processo de homogeneização e massificação cultural, por outro lado, ela também permite maior visibilidade no que se refere à representatividade territorial. Já não existem barreiras, as tecnologias e a grande demanda de informações estão mais acessíveis ao indivíduo, transformando sua maneira de ver e consumir o mundo. Há de se pensar, inclusive, na superação da sociedade da informação para uma "sociedade dos sonhos" (GÂNDARA *et al,* 2009), onde a inteligência emocional se torna mais um elemento a ser percebido nesta leitura de mundo.

Neste sentido, o "sentido da experiência" se evidencia, não como um segmento do mercado turístico, mas como mais uma característica que pode agregar valor ao produto turístico, um valor cultural, criativo, junto aos recursos naturais e patrimoniais de uma localidade. Característica esta, que tem no aperfeiçoamento das tecnologias digitais grande contribuição, seja com a grande demanda de informações disponíveis, estimulando o imaginário e o consumo; seja criando espaços para a inovação e visibilidade das identidades locais.

Mesmo com todas as nuances de contradições e homogeneizações, as mídias de comunicação e informação também cumprem o papel de instrumentos para promover a inclusão e transformações da sociedade, inclusive para sua autonomia. De mídias mais tradicionais como o rádio, jornal e TV, geralmente controladas por grandes grupos de telecomunicações, atualmente é possível acessar diversas fontes informacionais, em plataformas como o *YouTube*, *PodCasts*[3], perfis do *Facebook, Instagram*, dispondo de milhares de adeptos diariamente. Assim, se torna pertinente refletir a respeito da apropriação destas tecnologias pela sociedade civil

[3] "Podcast é um conteúdo em áudio, disponibilizado através de um arquivo ou streaming. [...] Ele pode ser ouvido em diversos dispositivos, o que ajudou na sua popularização. O podcast costuma abordar um assunto específico, para construir uma audiência fiel" (SILVA, 2018).

organizada. Num mundo em que passamos tanto tempo existindo enquanto receptores e consumidores, as novas possibilidades nos permitem criadores, produtores de informação. Na dinâmica entre a comunicação e a cultura, as identidades são evidenciadas, confrontadas, compartilhadas, descolonizadas e questionadas, a criatividade se torna elemento significativo entre a memória e a inovação.

Também sob os efeitos da globalização, buscando formas de melhorias na distribuição de renda, combater a migração e marginalização, as organizações sociais – sob o formato de cooperativas e associações – veem no estímulo à outras atividades no ambiente rural, a exemplo do Turismo, como alternativa de perceber e desenvolver a vida campesina. Nesse sentido, a perspectiva de planejamento turístico envolvendo áreas e a população rural traz indícios de fortalecimento da cadeia produtiva turística local. Mesmo que esta pesquisa não tenha como objetivo propor o segmento Turismo Rural, a relação entre as organizações sociais e tecnologias digitais podem favorecer uma aproximação com a atividade turística, seja enquanto atrativo ou atividade relacionada. Além da valorização do saber-fazer, a comercialização de produtos agropecuários orgânicos ou de agricultura familiar pode contribuir para o fortalecimento da participação e integração destes grupos na sociedade, valorizando o trabalho no campo e as identidades locais.

Da mesma maneira que a experiência ganha mais espaço nas novas formas de organizar a atividade turística, a criatividade também adquire significado e importância para os destinos dentro de um mercado turístico tão competitivo. Para os destinos turísticos, desde os mais consolidados às novas tendências, persistem as questões: como chamar a atenção do turista? Como tornar um destino conhecido e ter no turismo a possibilidade de desenvolvimento local? E estas perguntas findam por justificar ações que adotem a experiência, a criatividade e a cultura local como fatores impulsionadores. A culinária local reflete esta transformação, existe um público interessado e cativo para esta categoria, além de diferentes possibilidades para exploração (festivais, feiras, roteiros) que, inclusive, estimulam a participação dos turistas na produção e consumo dos produtos.

A culinária e a cultura gastronômica trazem uma forte relação cultural/identitária, que não foge ao que é criativo e que também é atrativo para o turismo. Seus modos de saber-fazer, rituais, histórias, construções se tornam atrativos e, porque não, fatores de influência na tomada de decisão do turista. O comportamento alimentar e as práticas culinárias ficam diretamente ligadas à relação entre história, tradições, tecnologias e os sistemas territoriais, ecológicos, econômicos, sociais onde está inserido o indivíduo. Para além da experiência e do fator motivador que a identidade local pode proporcionar, e na expectativa de promover uma maior

autonomia e participação da comunidade, a culinária também pode promover uma aproximação entre os produtores e os empreendimentos turísticos. Uma das perspectivas que implicam para o turismo criativo é a formação de redes de cooperação, *clusters*, arranjos produtivos, associações entre empresas concorrentes e /ou complementares, em prol do desenvolvimento socioeconômico local.

Alguns autores (Ashton *et al.*, 2015; Tasso *et al.*, 2010) fazem discussões e analisam a formação destas redes de cooperação entre a produção rural e o turismo. Além de iniciativas como a publicação do *Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada*, elaborado pelo Ministério do Turismo em 2011. Isso significa que a temática desperta o interesse, ao mesmo tempo que chama a atenção para a importância do planejamento e integração entre os agentes. Neste sentido, surgiu o questionamento: quais as possibilidades de integração e participação das cooperativas de agricultura familiar no desenvolvimento turístico em Sergipe?

METODOLOGIA

A partir do questionamento acima apontado, esta pesquisa parte para a busca de informações que possibilitassem compreender as relações estabelecidas entre as cooperativas sergipanas e o setor turístico. Se faz importante frisar que este artigo é um recorte de projeto desenvolvido como trabalho de conclusão do curso de Pós-graduação em Planejamento do Turismo. Sendo assim, a metodologia aqui apresentada, se dá exclusivamente pela pesquisa bibliográfica, que fundamenta a construção teórica e dá base para a construção do produto para o projeto. Este estudo também é de característica exploratória e possui como fontes de pesquisa: livros, artigos científicos, teses, monografias e notícias, apresentando e discutindo temáticas como planejamento turístico e produção associada, tecnologias digitais, cooperativas e culinária local.

RESULTADOS

Na perspectiva de compreender a organização dos produtores familiares e do cooperativismo em Sergipe, foi possível perceber ações, como manter lojas próprias ou participação em feiras livres, tomadas por estas organizações como forma de permanência no mercado e geração de renda. Por outro lado, alguns desafios como a diversificação e regularidade de produtos, o tempo disposto à comercialização e gastos com transporte chamam a atenção para a possibilidade de estratégias mais dinâmicas, incluindo a participação no mercado turístico.

É possível afirmar que há um papel significativo da comunicação e das tecnologias digitais no processo de visibilidade e valorização das identidades. Identidades estas, que podem ser percebidas no trabalho dos produtores da agricultura familiar, geralmente baseado na economia solidária e em práticas de uso responsável do solo, ou no que é produzido por estes grupos. As frutas, legumes, cereais e carnes fornecidos por estes grupos diz muito a respeito da cultura alimentar local e tem se tornado cada vez mais atrativa ao turista.

A partir desta perspectiva, foi elaborado o projeto denominado **Sabores Sergipanos**, com o objetivo não só divulgar os elementos produzidos e comercializados pela agricultura familiar através das cooperativas, mas de valorizar o trabalho destas organizações sociais e estimular uma aproximação entre os produtores e o setor turístico, para a aquisição destes produtos.

De acordo com Giacomini Filho (2008, p. 135), "ter um sítio eletrônico significa realizar negócios, compartilhar uma imagem de tecnologia, ser acessível e conveniente, disponibilizar serviços *on-line* e de forma imediata, estabelecer canal direto com fornecedores e intermediários". É uma tecnologia que cada vez mais se aprimora e é apropriada como espaço de informação, conhecimento, entretenimento, visibilidade, comercialização, inovando nas formas de acesso, para atrair diferentes consumidores dessa demanda.

Sendo assim, a página **Sabores Sergipanos** quer apresentar ao leitor/visitante que a cultura sergipana acontece no prato típico do estado, mas que também acontece no trabalho das cooperativas locais. E, para que isso seja possível, as cooperativas serão estimuladas a participar, fornecendo informações, como a listagem de produtos in natura e beneficiados, que servirão para trazer ao conhecimento da comunidade e do turista alimentos que são produzidos no estado. A elaboração da página **Sabores Sergipanos** coloca em questão a possibilidade de uma construção coletiva sobre a divulgação das sergipanidades, do trabalho no campo e do turismo. De estabelecer um banco de dados sobre cooperativas e seus produtos que seja acessível à comunidade, ao gestor e ao turista, como também ser um espaço destinado a gerar renda aos produtores.

REFERÊNCIAS

ASHTON, M. S. G.; VALDUGA, V.; TOMAZZONI, E. L. Turismo criativo e desenvolvimento da oferta turística do cluster do Vale dos Vinhedos (RS, Brasil). **Investigaciones Turísticas**, n. 10, 2015, p. 90-116.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. T. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. R. **Segmentação do Mercado Turístico**: estudos, produtos e perspectivas. Barueri – São Paulo: Manole, 2009.

GIACOMINI FILHO, G. As organizações sociais no contexto da comunicação voltada para a inovação humana. In: CAPRINO, M. P. (org.) **Comunicação e inovação:** reflexões contemporâneas. São Paulo: Paulus, 2008, p. 127-160. (Coleção Comunicação)

IRVING, M. A.; BURSZTYN, I.; SANCHO, A. P.; MELO, G. M. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**. v. 5, n. 4, 2005, p. 1-7.

MOLINA, S. E.; RODRIGUEZ, S. A. **Planejamento integral do turismo:** um enfoque para a América Latina. Tradução Carlos Valero. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

SILVA, T. **Podcast: o que é e como criar um de qualidade**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/podcast/>. Acesso em 20 dez 2018.

TASSO, J. P. F.; ASSAD, L. T.; NASCIMENTO, E. P. A produção associada ao turismo como instrumento de desenvolvimento local: o caso de Barreirinhas, na região dos Lençóis Maranhenses, Estado do Maranhão, Brasil. **El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad**, n. 19, 2010, p.9-34.



AS TOTOTÓS E SUA IMPORTÂNCIA CULTURAL E FUNCIONAL PARA ARACAJU/SE

Jislane Oliveira de Jesus[4]

RESUMO

Patrimônio cultural são todas as tradições e expressões artísticas e culturais de um povo, podendo ser classificados em materiais ou imateriais, possuem interesses relevantes para assegurar a sua existência, manutenção e valorização, preservando sua história e memória para as gerações futuras. Até o ano de 2006 as "Tototós" eram os únicos meios de locomoção dos moradores da Barra dos Coqueiros e Aracaju, após a construção da ponte Construtor João Alves nesse ano referido, o fluxo de viagens teve uma queda significativa, no que desmotivou os canoeiros pela falta de passageiros. Por conta dessa escassez de usuários e desvalorização do ofício dos canoeiros, a Deputada Estadual Ana Lúcia Vieira Menezes no ano de 2011, teve como iniciativa tornar as "Tototós" como Patrimônio Cultural e Imemorial do estado de Sergipe, para assegurar melhores condições de vida aos canoeiros, garantir a continuidade do seu trabalho, além de permitir sua manutenção e valorização. O objetivo geral desse artigo é identificar os distintos usos das "Tototós" após o reconhecimento como Patrimônio Cultural e Imemorial do Estado de Sergipe, e um dos específicos são: identificar possíveis melhorias e valorização após essa patrimonialização. Como procedimentos metodológicos foram adotados a pesquisa de campo, observação *in loco,* e pesquisas bibliográficas que abordem a temática proposta. Percebe-se a ligação criada entre as embarcações pertencentes à Barra dos Coqueiros com as cidades vizinhas. Através delas os moradores por muito tempo criaram hábitos e fortaleceram a sua identidade individual e da comunidade. A associação das "Tototós" já desenvolvem atividades com foco na educação ambiental, procissões religiosas, roteiros turísticos percorrendo o Rio Sergipe e demais Bacias Hidrográficas do estado, para firmar o seu reconhecimento e importância. Cabe a gestão pública, juntamente com a iniciativa privada se articular para que as embarcações possam integrar roteiros turísticos de Aracaju, valorizando assim o ofício dos canoeiros.

Palavras-Chave: Tototós. Patrimônio Cultural e Imemorial do Estado de Sergipe. Roteiros Turísticos.

ABSTRACT

Cultural heritage are all the traditions and artistic and cultural expressions of a people. They can be classified as material or immaterial, have relevant interests to ensure its existence, maintenance and valorization, preserving its history and memory for future generations. In 2006, the "Tototós" were the only means of locomotion the residents of Barra dos Coqueiros and Aracaju. After the construction of the João Alves Bridge, the flow of travel dropped significantly, which discouraged boatman due to the lack of passengers. Because of the lack of passengers and devaluation of boatman, the State Deputy Ana Lúcia Vieira Menezes in 2011, had idea to become "Tototós" as Cultural and Immemorial Heritage of the state of Sergipe, to ensure better living conditions for boatman, ensure the continuity of their work, and allow maintenance and appreciation. The objective is to know the different uses of "Tototós" after being recognized as Cultural and Immortal Patrimony of the State of Sergipe. And thus, identify possible improvements and appreciation after this patrimonialization. The methodological procedures adopted were the field research, in situ observation, and bibliographical researches that approach the proposed theme. The connection created between the boats belonging to the Barra dos Coqueiros with the neighboring cities. Through them the residents for a long time created habits and strengthened their individual and community identity. The association of "Tototós" develops activities focused on environmental education, religious processions, tourist itineraries traversing the Sergipe River and other hydrographic basins of the state, to highlight its importance. It is up to the public management, together with the private initiative to articulate so that the boats can integrate touristic routes of Aracaju, thus valuing the craft of the boatman.

Key-words: Tototós. Cultural Heritage and Immortality of the State of Sergipe. Tourist Routes.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

[4] Discente de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: jica_22@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Patrimônio cultural são todas as tradições e expressões artísticas e culturais de um povo, podendo ser classificados em materiais ou imateriais, possuem interesses relevantes para assegurar a sua existência, manutenção e valorização, preservando sua história e memória para as gerações futuras.

A publicação no diário oficial em 30 de dezembro de 2011 oficializou as "Tototós" (embarcações de madeiras, movidas a motor, cujo som característico motivou o nome pelo qual são conhecidas) como Patrimônio Cultural e Imemorial do estado de Sergipe. Essa iniciativa foi da então Deputada Estadual Ana Lúcia Vieira Menezes (PT), a fim de melhorar as condições de vida dos canoeiros, garantir a continuidade do seu trabalho, além de permitir sua manutenção e valorização (NASCIMENTO, 2012).

O projeto lei contém ainda uma indicação da deputada Ana Lúcia para "a implantação de ações programadas de Educação Ambiental e apoio às Pesquisas Científicas, utilizando as embarcações "Tototós", em defesa da Bacia do Rio Sergipe" (ASCOM-SECULT, 2012).

Durante muito tempo as "Tototós" eram os únicos meios de transportes para realizar a travessia Aracaju x Barra dos Coqueiros, dezenas de embarcações faziam esse percurso que era o mais popular, de preço acessível e rapidez em seu trajeto. Lembrando que até o ano de 2006 as "Tototós" eram os únicos meios de locomoção dos moradores da Barra dos Coqueiros e Aracaju, após a construção da ponte Construtor João Alves nesse ano referido, o fluxo de viagens teve uma queda significativa, no que desmotivou os canoeiros pela falta de passageiros.

Tendo em vista todo esse cenário e a perspectiva abordada após a nomeação das "Tototós" como Patrimônio Cultural e Imemorial do estado de Sergipe, justifica-se esse resumo, pois o título foi concedido pela importância cultural e funcional deste meio de transporte que é essencial para locomoção das pessoas na região de Aracaju. Atualmente continuam em funcionamento, porém, em menor escala. São utilizadas no tradicional trajeto entre Barra dos Coqueiros e Aracaju, como frete transportando passageiros e turistas nas tradicionais procissões fluviais.

O objetivo geral desse artigo é identificar os distintos usos das "Tototós" após o reconhecimento como Patrimônio Cultural e Imemorial do Estado de Sergipe, e os específicos são: identificar possíveis melhorias e valorização após essa patrimonialização; perceber a relação dos canoeiros com a preservação do Rio Sergipe e quais atividades são realizadas para

fomentar essa conscientização. Como procedimentos metodológicos foram adotados a pesquisa de campo, observação *in loco,* e pesquisas bibliográficas que abordem a temática proposta.

EMBARCAÇÕES TOTOTÓS

As embarcações que trafegam entre as cidades de Aracaju e Barra dos Coqueiros são denominadas de "Tototós", atualmente existem 23 embarcações, sendo utilizadas nas Bacias Hidrográficas do Rio Sergipe e Japaratuba para locomoção de pessoas através da navegação. Decoradas com cores fortes e vibrantes, percebe-se o seu destaque na paisagem local. Além disso, os canoeiros participam ativamente de procissões religiosas fluviais, possuem relações com a cultura local, escolas, artesãs, pescadores artesanais, as catadoras de mangaba e se mostram preocupados e atenciosos em como receber os turistas nesses períodos festivos ou em outras ocasiões.

Ao navegar a bordo de uma "Tototó" pelas margens do Rio Sergipe, possibilita a visualização e vivência única de contemplação que não esta relacionada ao ritmo frenético encontrado nos grandes centros urbanos. Outros olhares são aguçados a partir do Rio Sergipe, que permite ao passageiro visualizar suas construções, monumentos, vias públicas, ruas, praças, a ponte Construtor João Alves, saber das problemáticas ambientais relacionadas ao rio e os impactos que afetam sua fauna e flora, além da vista panorâmica do município de Barra dos Coqueiros e Aracaju. Macedo *et. al.* (2016, p. 152) salientam que:

> As tototós são conduzidas e mantidas pelos barqueiros, cujo ofício envolve duas funções: a de proeiro e a de popeiro ou mestre das embarcações. A primeira tem a função de cuidar da limpeza da embarcação, principalmente no local onde ficam os passageiros (chamado de salão), além de amarrar a navegação, colocar a prancha para os usuários da embarcação e ajudar no embarque e desembarque dos mesmos. A segunda função é a de popeiro também conhecido como mestre da embarcação, cuja finalidade é conduzir a navegação e deve ser realizada por uma pessoa com experiência e habilidade, de preferência que já tenha passado pelas funções de proeiro.

O trabalho desenvolvido pelos canoeiros além do transporte fluvial Barra/ Aracaju, também disponibiliza o turismo fluvial, o roteiro turístico já existe. Eles seguem as margens da Barra dos Coqueiros ou de Aracaju e saem pela bacia do Rio Sergipe ou Japaratuba apreciando as belezas naturais. Procissões fluviais são desenvolvidas pelas religiões Católica e a de Matriz Africana. Além de cortejos folclóricos fluviais, onde se tem uma grande preocupação com o rio que é o principal meio de ligação a sua fonte de renda.

> A preocupação com um possível desaparecimento desse meio de transporte tradicional em Sergipe fez com que a deputada Ana Lúcia idealizasse o projeto de Lei 49/2010 para assegurar a existência e manutenção das embarcações,

> tendo em 20 de dezembro de 2011, o governador Marcelo Déda assinado a Lei 7.320, instituindo o tototó como "patrimônio cultural e imemorial do Estado de Sergipe" (MELLO, 2014, p. 1145).

As "Tototós" também possuem o projeto de educação ambiental, onde as crianças realizam oficinas dentro das embarcações e são conscientizadas para preservação não apenas do rio, porém, de todo o meio ambiente. A associação participa também da economia solidária, desenvolvendo projetos nessa área que envolve educação, cultura, turismo, sustentabilidade e o apoio das políticas públicas para fortalecer a identidade dos canoeiros. Atividades como essas são desenvolvidas para chamar atenção da sociedade sergipana para preservação ambiental e a possível revitalização dos rios assoreados e poluídos.

Uma das grandes preocupações dos canoeiros atualmente é se realocar no mercado com as suas embarcações. O turismo torna-se uma ferramenta fundamental para consolidar as "Tototós" enquanto produto turístico. Porém, isso ainda não aconteceu no que exige maior esforço e participação de diversos setores da sociedade para que tal realidade aconteça. Macedo *et. al.* (2016, p. 153) afirmam que:

> Isso porque, tais embarcações podem ser amplamente utilizadas para passeios turísticos e atividades de educação ambiental sem necessariamente abandonar sua função principal, que é transportar pessoas e cargas. Porém, para que tais propostas deem certo, é preciso promover firmemente sua importância cultural, histórica e patrimonial para a população local, pois muitos não conhecem e se quer usaram esse meio de transporte.

O RIO SERGIPE

O Rio Sergipe banha o estado de Sergipe, na sua foz separa as cidades Aracaju e Barra dos Coqueiros. Possui 210 km de extensão, nascendo na Serra Negra, divisa entre a Bahia e Sergipe. Percorre Sergipe de oeste/leste em uma área de 3.673 km ^{2} até desaguar no Oceano Atlântico. "Dos 26 municípios que constituem a bacia hidrográfica do rio Sergipe, oito estão integralmente inseridos em sua área: Laranjeiras, Nossa Senhora da Aparecida, Malhador, Riachuelo, Santa Rosa de Lima, Moita Bonita, São Miguel do Aleixo e Nossa Senhora do Socorro" (MELLO, 2014, p. 1139).

Além do transporte hidroviário, percebe-se a presença de outras embarcações motorizadas, próximas de canoas à vela dedicando-se à pesca no rio Sergipe. Dentre as espécies provenientes da pesca artesanal desembarcadas no município de Aracaju, destacam-se: bagre (27,39%), camurim (40,67%), caranguejo (104,14%), caranha (8,02%), carapeba (15,26%), catana (1,30%), corvina (12,48%), curima (1,65%), garapau (0,56%), guaiamum (17,68%), mero (4,77%), papaterra (1,39%), sardinha (52,26%), siri (0,06%), solteira (0,39%), sururu (4,01%),

tainha (62,24%) e outros (45,21%), totalizando 399,48% da produção pesqueira (SEMARH, 2014, p.47-48).

> Em Aracaju, a pesca tem se revelado uma atividade econômica predominantemente masculina, entretanto, no mangue, usualmente, são as mulheres que se dedicam à coleta do caranguejo, embora alguns homens também mergulhem na lama para buscar entre os galhos da vegetação os crustáceos escondidos que mais tarde são comercializados junto aos restaurantes da orla de Atalaia ou Coroa do Meio em Aracaju (MELLO, 2014, p. 1150).

Pôde-se perceber quão grande é a importância do rio Sergipe para toda a comunidade. Ele serve como fonte de renda para os sergipanos e para o abastecimento humano. Porém, é triste saber que esgotos são despejados no mesmo, causando degradações com perdas irreparáveis, uma delas a redução de oxigênio dissolvido na água por conta da concentração de matérias orgânicas e a presença de patógenos humanos, causando assim a morte dos seres aquáticos. Além do assoreamento e do descaso político na revitalização das águas e dos mangues. Não é justo fazer descaso com um rio de importância fundamental ao estado de Sergipe que vem contribuindo para o seu desenvolvimento.

CONCLUSÃO

Percebe-se a forte ligação criada entre as embarcações pertencentes à Barra dos Coqueiros com as cidades vizinhas. Através delas os moradores por muito tempo criaram hábitos e fortaleceram a sua identidade individual e da comunidade. Porém, com a criação da ponte, viu-se uma grande redução de passageiros e a preocupação pela possível extinção dessas embarcações, devido ao seu enfraquecimento do fluxo de passageiros, caindo no esquecimento.

As "Tototós" em 20 de dezembro de 2011 passaram a serem reconhecidas como patrimônio cultural e imemorial do estado de Sergipe. Decreto esse que foi assinado no governo de Marcelo Déda, reconhecendo a grande importância que esse meio de transporte tem na vida do aracajuano. Grande passo para ajudar na preservação da memória dos bens materiais e imateriais do estado Sergipano.

O Rio Sergipe é de fundamental importância para os canoeiros. Por isso que os participantes da associação são tão engajados em ações de preservação ambiental e conscientização para que seus passageiros não contribuam para o aumento da poluição do rio. Abraçam ideias sustentáveis por saber que o rio grita por socorro, sabendo que seria fundamental a parceria entre políticas públicas ou privadas colaborando através de tratamentos ecológicos para amenizar os impactos causados por essa poluição.

A associação das "Tototós" já vem desenvolvendo atividades com foco na educação ambiental, procissões religiosas, roteiros turísticos percorrendo o Rio Sergipe e demais Bacias Hidrográficas do estado, para firmar o seu reconhecimento e importância. Cabe a gestão pública, juntamente com a iniciativa privada se articular para que as embarcações possam integrar roteiros turísticos de Aracaju, valorizando assim o ofício dos canoeiros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASCOM-SECULT. **"Tototó" agora é patrimônio cultural do Estado de Sergipe**. Infonet Cultura. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/tototo-agora-e-patrimonio-cultural-do-estado-de-sergipe/ > Acessado: 26 de agosto de 2018.

MACEDO, A.C. *et.al.* **O trilhas urbanas em Aracaju a bordo das Tototós pelo Rio Sergipe.** In: SEMINÁRIO NACIONAL 10 ANOS DO CURSO DE TURISMO DA UFS, 1, 2016, São Cristóvão. Anais... São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2016. p. 147-157.

MELLO, J. C. Águas de Sergipe: rios de memórias, oceanos de patrimônio. **Diálogos** (Maringá. Online), v. 18, n.3, p. 1137-1159, set.-dez./2014.

NASCIMENTO, E. **Tototós são patrimônio cultural e imemorial de Sergipe**. Blog Primeira Mão. Disponível em: <http://www.primeiramao.blog.br/post.aspx?id=2928&t=tototos-sao-patrimonio-cultural-e-imemorial-de-sergipe>. Acessado em: 26 de agosto de 2018.

SEMARH - SECRETARIA DE ESTADO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS HIDRICOS. **Diagnóstico da Bacia do Rio Sergipe. Oficina Temática (Dados Preliminares)**. Disponível em: <http://www.semarh.se.gov.br/%20planosderecursoshidricos/files/documentos/projetos/pbh/apresentacao_com%20pleta_sergipe.pdf >. Acessado: 26 de agosto de 2018.

CIRCUITO GASTRONÔMICO NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU/SE

Luana Almeida de Jesus[5]

RESUMO

Um circuito gastronômico pode ter a capacidade de atração turística, porém, para que tal iniciativa torne-se realidade, é preciso transmitir aos turistas as origens e tradições alimentares e relacioná-las à história e costumes do local. Turistas e produtores das refeições devem ter contato, assim como os operadores turísticos, agentes de viagens, guias, devem conhecer com profundidade a gastronomia local. O objetivo geral desse projeto é construir um circuito gastronômico no centro histórico de Aracaju/SE pautado em proporcionar experiências dos sabores e sentido nos turistas dentro da gastronomia local. Tendo como seus objetivos específicos, analisar os serviços de bares e restaurantes que vão compor este circuito; identificar quais os pratos típicos dentro da gastronomia de Aracaju/SE que os turistas mais apreciam e os motivam para conhecer a cidade e verificar se a gastronomia sergipana influencia na atividade turística da cidade. Aliando o método às técnicas, o presente estudo utilizará em sua metodologia, a pesquisa exploratória. As técnicas utilizadas para a coleta de dados neste circuito gastronômico, serão a pesquisa bibliográfica, observação direta, entrevistas e pesquisa documental. A partir das abordagens contidas neste projeto, verifica-se que o Circuito Gastronômico pode trazer uma série de benefícios para todos os envolvidos. No que tange ao destino que o desenvolve, o Centro Histórico de Aracaju, pode incrementar sua oferta turística, diferenciá-lo em relação aos seus concorrentes diretos e indiretos e ainda complementar a oferta de lazer e de entretenimento, a visibilidade desses bares e restaurantes, dos pratos típicos, o aumento da renda para os donos e funcionários dos bares e restaurantes e também aumentando a atratividade da localidade, incentivando, por consequência, o aumento da permanência dos turistas, como também a vontade de voltar a cidade.

Palavras – Chaves: Circuito. Gastronomia. Turismo.

ABSTRACT

A gastronomic circuit may have the capacity of tourist attraction, but for such an initiative to become reality, it is necessary to transmit to tourists the origins and traditions of food and relate them to the history and customs of the place. Tourists and producers of the meals should have contact, as well as tour operators, travel agents, guides, must know in depth the local gastronomy. The overall objective of this project is to construct a gastronomic circuit in the historical center of Aracaju / SE based on providing experiences of the flavors and sense in the tourists within the local gastronomy. Having as its specific objectives, analyze the services of bars and restaurants that will compose this circuit; to identify which are the typical dishes within the gastronomy of Aracaju / SE that the tourists most appreciate and motivate them to know the city and to verify if the Sergipe gastronomy influences in the tourist activity of the city. Combining the method with the techniques, the present study will use exploratory research in its methodology. The techniques used to collect data in this gastronomic circuit will be bibliographic research, direct observation, interviews and documentary research. From the approaches contained in this project, it turns out that the Gastronomic Circuit can bring a series of benefits to all involved. Regarding the destination that develops it, the Historic Center of Aracaju can increase its tourist offer, differentiate it in relation to its direct and indirect competitors and also complement the offer of leisure and entertainment, the visibility of these bars and restaurants, of the typical dishes, the increase of the income for the owners and employees of the bars and restaurants and also increasing the attractiveness of the locality, encouraging, consequently, the increase of the stay of the tourists, as well as the desire to return to the city.

Key Words: Circuit. Gastronomy. Tourism.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

[5] Graduada no Curso de Turismo-UFS, 2016. Pós-Graduação em Planejamento do Turismo-UFS, 2018, Mestranda em Culturas Populares-UFS, 2019. luanaalmeidadejesus@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A atividade turística movimenta muitos setores da economia de uma região, entre eles o setor gastronômico que ajuda a compor o produto turístico daquele local. Geralmente turistas quando chegam ao seu destino escolhido, querem conhecer alguns dos pratos da gastronomia local, descobrir o que é típico, principalmente o que é diferente dos costumes da localidade emissora. A Gastronomia é um grande polo de atração de fluxos turísticos e constitui um dos eixos do turismo cultural, além de viabilizar e universalizar a troca humana e o convívio entre culturas, costumes e hábitos distintos.

O turismo gastronômico pode influenciar a cultura de uma localidade, com seus aspectos culturais de extrema importância, pois permitem ao turista conhecer parte da cultura local. Portanto, a degustação de iguarias com os visitantes e turistas nos bares e restaurantes, além de saciar sua fome e obter o conhecimento cultural gastronômico, é um processo que socializa culturas e intensifica a economia do local onde se desenvolvem as atividades turísticas. Sendo este muito procurado dentro do turismo, visa o conceito de regionalidade, ou seja, a valorização da culinária regional, que se difunde pelo mundo por outra denominação, demonstra todas as qualidades das individualidades de produções gastronômicas em uma região. "O turismo gastronômico surge como um segmento turístico emergente capaz de posicionar destinos no mercado turístico, quando utilizado como elemento para a vivência da experiência da cultura local pelo turista por meio da culinária típica" (BRASIL/MTUR, 2010, p. 24). Com o crescimento do interesse neste setor em específico, o turismo gastronômico tem o intuito de valorizar a cultura regional e torna-se um nicho de negócios que gera grandes fluxos turísticos e influi diretamente no desenvolvimento local.

Um circuito gastronômico pode ter a capacidade de atração turística, porém, para que tal iniciativa torne-se realidade, é preciso transmitir aos turistas as origens e tradições alimentares e relacioná-las à história e costumes do local. Turistas e produtores das refeições devem ter contato, assim como os operadores turísticos, agentes de viagens, guias, devem conhecer com profundidade a gastronomia local. Neste sentido o objetivo geral desse projeto é construir um circuito gastronômico no centro histórico de Aracaju/SE pautado em proporcionar experiências dos sabores e sentido nos turistas dentro da gastronomia local. Tendo como seus objetivos específicos: Analisar os serviços de bares e restaurantes que vão compor este circuito; identificar quais os pratos típicos dentro da gastronomia de Aracaju/SE que os turistas mais apreciam e os motivam para conhecer a cidade e verificar se a gastronomia sergipana influencia na atividade turística da cidade.

Aliando o método às técnicas, o presente estudo utilizará em sua metodologia, a pesquisa exploratória, que tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Estes tipos de pesquisas são os que apresentam menor rigidez no planejamento, pois são planejadas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. A grande maioria dessas pesquisas envolve um levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e uma análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2007).

As técnicas utilizadas para a coleta de dados neste circuito gastronômico, serão a pesquisa bibliográfica, observação direta, entrevistas e pesquisa documental. A pesquisa bibliográfica é a fase inicial, pois ela busca o levantamento em livros, artigos, publicações, entre outros, sobre o tema pesquisado com o propósito de auxiliar e identificar informações para sua pesquisa.

A pesquisa bibliográfica é uma fase da pesquisa e tem o objetivo levantar informações sobre o assunto pesquisado. Os principais benefícios que a pesquisa bibliográfica proporciona para este trabalho é o de trazer os assuntos relacionados com o tema, com seus conceitos e percepções de diversos autores, por exemplo, um dos assuntos abordados no trabalho é o turismo gastronômico, que nele trouxe a perspectiva dos autores, Azevedo; Silveira e Schluter, trazendo seus conceitos, problemáticas e contradições, que a pesquisa bibliográfica pode proporcionar. Sendo assim, podemos verificar os diferentes conceitos sobre determinados temas e fazer suas possíveis comparações. A técnica da observação direta será usado nesse projeto, como forma de verificar como a teoria estudada se comporta com as variáveis no ambiente real onde os fatos ocorrem.

Neste sentido, essa técnica é de fundamental importância para que se consiga compreender qual a relação entre a gastronomia local, os donos de bares e restaurantes que vão compor esse circuito gastronômico e os turistas que vão a esses estabelecimento. Está observação direta foi realizada em 24 bares e restaurantes todos dentro do percurso do circuito no centro histórico de Aracaju/SE. As visitas foram realizadas nos seguintes estabelecimentos: Café da Gente Sergipana e Restaurante Caçarola 21/03/2018; Restaurante Tototó 04/04/2018; Cacique Chá 23/04/2018; Chico'S Restaurante, Lira'S Restaurante, Bar e Restaurante Tempero de Dai, Bar e Restaurante do Garrincha, Bar e Restaurante Recanto de Agresteiro, Bar e Restaurante Dona Rosa, Bar e Restaurante do Vermelho, Bar e Restaurante Piratas, Restaurante do Maroto, Bar e Restaurante Caçuá, Restaurante Bom Tempero, Bar e Restaurante do

Manezinho, Restaurante Família Bispo, Restaurante Gonzaga, Bar e Restaurante o Terraço 28/04/2018; SESC Restaurante 29/05/2018; Bar e Restaurante Mônica, Burgeria e Café Palácio (que atualmente encontra-se fechado) 13/07/2018 e o Box dos Doces 20/08/2018. A fala dos entrevistados serão identificadas no decorrer do texto com: E1 para o primeiro entrevistado, E2 para o segundo entrevistado e assim sucessivamente.

De acordo com Gil (1999), a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizadas nas pesquisas sociais. Esta técnica de coleta de dados é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, creem, esperam e desejam, assim como suas razões para cada resposta. Ela possui o intuito de proporcionar o encontro entre duas ou mais pessoas, a fim de que obtenha informações a respeito de determinado assunto. Ela pode contribuir com a presença da fonte, que acaba gerando uma maior flexibilidade na hora da coleta de dados. Por essa fonte ser o proprietário(a) do bar ou restaurante, tem-se a possibilidade de verificar possíveis discordâncias, informações, além de avaliar as atitudes comportamentais do entrevistado. Isso acaba gerando uma investigação mais ampla com os dados.

O método de análise da entrevista é a análise de conteúdo que tem por objetivo enriquecer a leitura e ultrapassar as incertezas, extraindo assim conteúdos por trás da mensagem analisada, já que ela trabalha com materiais textuais escritos. Caregnato e Mutti (2006, p. 683) apresentam que, "existem dois tipos de textos que podem ser trabalhados pela Análise de Conteúdo: os textos produzidos em pesquisa, através das transcrições de entrevista e dos protocolos de observação, e os textos já existentes, produzidos para outros fins, como textos de jornais". A entrevista será estruturada, sendo realizada com os donos dos bares e restaurantes e turistas.

A pesquisa documental é outra técnica utilizada neste trabalho que, de acordo com Michel (2009) "a pesquisa documental significa a consulta de documentos, registros que não foram publicados pertencentes ou não aos objetos de pesquisa estudados". Os documentos que foram utilizados nesta pesquisa documental são os cardápios dos bares e restaurantes e as fotos que foram tiradas nesses estabelecimentos e nestas foram possível verificar os pratos que são vendidos nesses estabelecimentos, os que fazem parte da gastronomia sergipana, como são servidos, os ingredientes que levam, a estrutura do lugar e decoração. A análise documental constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, portanto, este trabalho se configura como uma pesquisa qualitativa. Ele se fundamenta na discussão dos dados interpessoais, ou seja, é a capacidade do pesquisador interpretar a realidade, baseando-se na teoria existente. Segundo Michel (2009, p. 36) "A pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica, particular, contextual e temporal entre o pesquisador e o objeto de estudo. Por isso, carece de uma

interpretação dos fenômenos a luz do contexto, do tempo, dos fatos." A pesquisa qualitativa compreende atividades ou investigação que podem ser denominadas específicas.

CIRCUITO GASTRONÔMICO

A formação cultural de Sergipe gerou uma diversificada gastronomia, marcada, no entanto, por singulares diferenças. Para que essas diferenças sejam evidenciadas, fora utilizado pela atividade turística para divulgar, promover e valorizar a cultura, gastronomia e os destinos, guias turísticos que servirão como um recorte histórico, pois marcam períodos distintos e demonstram como e quais elementos são destacados por aqueles que promoviam a atividade turística em Sergipe (LIMA, 2018). O intuito desses guias é compreender os múltiplos olhares acerca dos elementos gastronômicos, a fim de entender as sergipanidades, reforçar sua valorização e promovê-la para o desenvolvimento turístico.

A diversificada culinária sergipana possui sabores únicos e está ligada a elementos encontrados na zona litorânea e nos rios que cortam o estado. Na Capital do Estado Aracaju, abriga grande diversidade de hábitos alimentares não apenas pela concentração da maior parte da população, mas, sobretudo, pela ocupação histórica. "É o Território onde a tradição cultural portuguesa e africana se mostra fortemente enraizada. O Vale do Cotinguiba, principalmente em Laranjeiras, Maruim e Riachuelo abrigaram grandiosos engenhos que utilizavam escravos africanos como mão-de-obra" (SEPLAN, 2010, p. 57). Na região litorânea da Grande Aracaju também é comum encontrar características gastronômicas marcadas pelo uso de crustáceos e mariscos, tendo também uma relação forte com a extração da fruta mangaba.

De acordo com as entrevistas e pesquisa de campo, a base da gastronomia sergipana está presente nos cozidos de boi, carneiro, galinha, miúdos com pirão, macaxeira, peixes, mariscos e moquecas. Como foi percebido, para os donos dos bares e restaurantes, os pratos que representam a gastronomia local é a galinha caipira, carne do sol e o sarapatel (cozido de miúdos de porco ou carneiro). Os donos dos bares e restaurantes afirmaram que os pratos mais consumidos e procurados pelos turistas é a carne do sol, sarapatel, buchada de bode com pirão e a moqueca de peixe e camarão. Como explica o E1 "Os turistas elogiam bastante a comida sergipana por ser uma comida simples, com um sabor diferente que não encontram em outro lugar"[6].

Os moradores locais frequentam mais os restaurantes que estão localizados nos Mercados, muitos por trabalharem em seu entorno, fazem suas refeições nesses restaurantes

[6] Entrevista realizada no bar e restaurante do Manezinho, no dia 20/08/2018

dando preferência aos PF (prato feito) onde neles vem o arroz, feijão, macarrão, salada e a carne. Segundo o E2 “Moradores locais dão preferência a comida do dia a dia, com arroz, feijão, macarrão, salada, galinha frita ou bife acebolado, são os que saem no restaurante, já os turistas preferem os mariscos, camarão, buchadas e sarapatel”[7].

Os bares e restaurantes que fazem parte do circuito gastronômico são bastante frequentado por turistas, principalmente no período junino, ficando visível o quanto a gastronomia sergipana influencia os turistas a conhecer a cidade. De acordo com o E3 “A comida daqui é diferente dos outros lugares e que não encontra igual quando viaja. O turistas chegam ao restaurante para comer o caranguejo e acabam provando e conhecendo outros pratos que gostam e elogiam bastante”[8]. Depois de realizar toda pesquisa de campo e as entrevistas, é perceptível o quanto a gastronomia tem um grande significado para esses donos de bares e restaurantes e o como ela influencia o turismo na cidade, aguçando a curiosidade dos turistas com pratos típicos e diferentes para sua maioria.

Damos início ao circuito gastronômico, com o café da manhã e almoço, dando início ao circuito no Café da Gente, apresentado na figura 2, que está localizado no Museu da Gente Sergipana onde neste são servidos café da manhã, almoço e jantar somente na sexta-feira. Na opção de café da manhã, podemos encontrar cafés que variam entre R$4,80/8,00 - $1,15/1,92 e os chás por R$5,00 - $1,20, os beijus recheados com o valor entre R$14,80/17,00 - $3,55/4,07, nos sabores de (queijo coalho, carne seca, entre outros) e a cestinha de pães variados R$14,00 - $3,35. Seguindo com o circuito, almoçando no Restaurante Cacique Chá, como podemos ver na figura 3, localizado na praça Olímpio Campos, onde lá encontra-se diversas variedades de pratos e sobremesas, como por exemplo, a lasanha de carne do sol (com massa fresca em molho de tomate, recheada com carne do sol), com o valor de R$18,00 - 4,31$ e de sobremesa a torta Sergipe R$8,50 - $2,04 que é uma torta em camadas de creme de baunilha e praliné de castanha-de-caju.

Outras opções de café da manhã e almoço no circuito estão nos bares e restaurantes que ficam localizados dentro dos Mercados Antônio Franco e Thales Ferraz, neles encontram-se diversas variedades de pratos típicos da gastronomia sergipana, tanto no café da manhã, como no almoço. Podemos começar esse circuito com um típico café da manhã, no Bar e Restaurante Monica, localizado no Mercado Antônio Franco, onde lá é servido entre suas variedades a macaxeira com sarapatel e café apresentado na figura 4, no valor de R$15,00 - $3,59 mas também possui outras opções de pratos no café da manhã em outros restaurantes que ficam

[7] Entrevista realizada no restaurante Recando do Agresteiro, no dia 20/08/2018.
[8] Entrevista realizada no bar e restaurante Monica, no dia 20/08/2018.

todos localizados dentro do Mercado, como o cuscuz com carne do sol ou carneiro cozido com o mesmo valor de R$15,00 - $3,59.

Com o almoço no Bar e Restaurante Recanto do Agresteiro, também localizado no Mercado Antônio Franco, onde possui um cardápio bem variado e com a opção de self servisse no valor de R$23,90 - $5,73 o quilo. Um dos pratos mais consumidos é o arribação (mistura de feijão de corda, com arroz e charque) com carne do sol, que acompanha salada vinagrete, apresentado na figura 5, com o valor de R$34,00 - $8,15, que dá para servir duas pessoas e com a sobremesa no Box dos Doces, na figura 6, que fica em frente ao Bar e Restaurante Monica onde foi feita a refeição do café da manhã. Com as opções de doce de leite, caju, jaca, mamão, pão, goiaba, banana e coco, com a porção individual no valor de R$2,50 - $0,60.

Caso prefira um cardápio voltado mais para peixes, camarão e moquecas, temos a opção do Restaurante Tototó, que está localizado no Espaço Zé Peixe, em frente ao Mercado Antônio Franco, que nele pode-se encontrar durante o almoço pratos como a Moqueca de Camarão com Banana da Terra, no valor de R$92,00 - $22,04, para servir duas pessoas e R$130,00 - $31,15, servindo três pessoas e o Arroz do Zé (arroz com mexilhão, anéis de lula, sururu e camarão) e a porção individual sai por R$26,00 - $6,23. E também o Restaurante Caçarola localizado no Mercado Antônio Franco, que nele encontra-se a opção de self servisse, como podemos ver na figura 7 e 8, que possui uma vasta variedade de pratos típicos sergipanos, como por exemplo, o sarapatel, fritada de caranguejo, quiche de banana da terra com carne do sol, entre outros, no valor de R$42,90 - $10,40 o quilo e também diversos doces caseiros no valor de R$35,00 - $8,48 o quilo. E com o seu cardápio com várias opções de moquecas, peixes, como a pescada aracajuana que acompanha (pescada amarela grelhada, arroz, purê, feijão verde, vinagrete e farofa) que sai no valor de R$98,00 - $23,48 o tamanho médio e R$139,00 - $33,31 o grande e o Camarão de Cueca (uma moqueca de camarão acompanhada de arroz, pirão de dendê, farofa e vinagrete) no valor de R$45,00 - $10,78 a porção individual. Na sobremesa, a opção é o Moça Virgem (um sorvete de tapioca, com banana flambada na cachaça e canela), apresentado na figura 9, com a opção "mocinha" que é uma bola, no valor de R$8,00- $1,92 e o "moça" que são duas bolas por R$9,50 - $2,28.

Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

FIGURA 1: MAPA DO CIRCUITO GASTRONÔMICO NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU/SE



Fonte: Elaboração Própria, 2018

Com o planejamento desse circuito, pode-se perceber o grande potencial da atividade turística e da gastronomia para contribuição na valorização da tradição culinária, promovendo o desenvolvimento socioeconômico no Centro Histórico de Aracaju. A realização de um circuito gastronômico no centro enaltece a gastronomia como legítima manifestação cultural, firmando a atividade turística como um instrumento de valorização da cultura local e ainda fortalece o turismo gastronômico.

CONCLUSÃO

A delimitação do projeto apresenta argumentos que favorecem a inclusão do Circuito Gastronômico no Centro Histórico dentro de um dos roteiros turísticos culturais de Aracaju, entretanto será necessário respeitar as metas e suas etapas para atingir a perspectiva de envolver os donos dos bares e restaurantes na construção desse circuito. Como parte do processo de construção do circuito gastronômico envolvendo cultura e a gastronomia, o circuito quer permitir que os donos dos bares e restaurantes percebam as possibilidades que a gastronomia oferece e a forte relação existente entre o turismo e as identidades. Um circuito

gastronômico, pode ter capacidade de atração turística, porém, para que tal iniciativa torne-se realidade, é preciso transmitir aos turistas as origens e tradições alimentares e relacioná-las à história e costumes do local e isso é o que se espera com essa proposta de circuito.

A partir das abordagens contidas neste projeto, verifica-se que o Circuito Gastronômico pode trazer uma série de benefícios para todos os envolvidos. No que tange ao destino que o desenvolve, o Centro Histórico de Aracaju, pode incrementar sua oferta turística, diferenciá-lo em relação aos seus concorrentes diretos e indiretos e ainda complementar a oferta de lazer e de entretenimento. Trazer mais visibilidade para esses bares e restaurantes, dos pratos típicos, aumento da renda para os donos e funcionários desses estabelecimentos e também aumentando da atratividade na localidade, incentivando por consequência o aumento da permanência dos turistas, como também a vontade de voltar a cidade. A elaboração desse circuito buscou na perspectiva transdisciplinar uma orientação para apresentar e ressaltar o potencial da gastronomia sergipana para o turismo local. É esperado que este projeto aqui desenvolvido contribua em futuras produções acerca da gastronomia sergipana e que o produto que é o circuito aqui apresentado torne-se uma contribuição ao desenvolvimento socioeconômico e turístico para Sergipe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Turismo Cultural:** orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. **Pesquisa Qualitativa:** análise de discurso versus análise de conteúdo. Florianópolis, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. – 9. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMA, Dayseanne Teles. **Temporada Gastronômica Sergipanidades:** Sabores da Hospitalidade. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) - Instituto Federal de Sergipe, Aracaju, 2018.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SERGIPE/SEPLAG. **Enciclopédia dos Municípios Sergipanos.** Disponível em: http://www.observatorio.se.gov.br/ Acesso: 01/09/2018.

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DAS QUEIJADINHAS EM SÃO CRISTÓVÃO – SE[9]

Luara Lázaro Gomes dos Santos[10]
Denio Santos Azevedo[11]

RESUMO

As indicações geográficas (IGs) são ferramentas estratégicas relevantes para a perpetuação dos conhecimentos tradicionais. A partir da salvaguarda dos saberes e fazeres, sob o viés mercadológico, este signo distintivo propicia o incremento da rentabilidade nas comunidades tradicionais detentoras do legado cultural. Frente a este panorama, os destinos que perpetuam o enfoque prioritário nos bens culturais tangíveis, sofrem expressivas desvantagens competitivas, a exemplo de São Cristóvão, cidade histórica sergipana que fundamenta sua oferta turística, essencialmente, no extensivo patrimônio cultural material que possui, relegando sua imaterialidade cultural a uma posição de pouco destaque. Diante disso, este trabalho propõe-se a criação de um produto para indução à promoção do patrimônio cultural imaterial e fomento ao desenvolvimento endógeno no município de São Cristóvão, através da outorga do selo de IG à queijadinha. Para atingir o objetivo proposto, foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental, observação direta e entrevista semi-estruturada com doceiras residentes na sede do município. Ante aos dados levantados, constatou-se que o sucesso na concessão da IG depende da eficaz instituição do trabalho cooperado entre as doceiras, visto que neste processo, os atores sociais se enquadram como principais agentes indutores no fortalecimento da memória e da identidade local, na perpetuação do saber fazer e no desenvolvimento endógeno e sustentável do município.

Palavras-chave: Turismo. Indicação Geográfica. Queijadinha.

ABSTRACT

Geographical Indications are relevant strategic tools for perpetuation of traditional knowledge. Starting from the safeguarding of local know-how and doings, under the market point of view, these distinctive signs increase the traditional communities income holding the cultural legacy, which use the commercialization of these products. Against this background, destinations that perpetuate the priority focus on tangible cultural goods suffer from significant competitive disadvantages, such as São Cristóvão, a historic city in the state of Sergipe that bases its tourism offer, essentially, on its extensive material cultural heritage, relegating its immateriality cultural to a position of little prominence. In view of this, this work proposes the creation of a product for induction to the promotion of intangible cultural heritage and promotion of endogenous development in the municipality of São Cristóvão, through the granting of the Geographical Indications seal to queijadinha. In order to reach the proposed objective, bibliographical and documentary researches were carried out, direct observation and semi-structured interviews were carried out with confectioners residing at the municipality's headquarters. In view of the data collected, it was verified that the success in the granting of Geographical Indications depends on the effective institution of the work cooperated among the confectioners, since in this process, social actors are considered as main inducing agents in the strengthening of memory and local identity, in the perpetuation of know-how and in the endogenous and sustainable development of the municipality.

Key words: Tourism. Geographical Indications. Queijadinha.

[9] Pesquisa apresentada como Trabalho de Conclusão do Curso da Especialização em Planejamento do Turismo, da Universidade Federal de Sergipe, sob orientação do prof. Dr. Denio Santos Azevedo.

[10] Pós-graduada *lato sensu* em Planejamento do Turismo pela Universidade Federal de Sergipe; Bacharela em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe. E-mail: lua.lazaro@hotmail.com

[11] Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Sergipe. Professor do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: denio_azevedo@yahoo.com.br.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a atividade turística tem buscado, através da criação de destinos diversificados, possibilitar a oferta de um produto compatível com as necessidades dos consumidores, viabilizando o aumento da vantagem competitiva e a adequação da oferta à demanda. Com as mudanças nos hábitos de consumo potencializados pelo fenômeno do pós-turismo, novas estratégias estão sendo utilizadas para captar turistas, os quais buscam essencialmente destinos sustentáveis, que promovam bem-estar e vivência de novas experiências.

Não obstante, os fluxos que outrora demandavam essencialmente o patrimônio cultural material atualmente incorporaram a este o patrimônio cultural imaterial, possibilitando uma imersão mais abrangente e profunda em um destino turístico e, por conseguinte, experiências diversas das vivenciadas pelos turistas usuais. Com isso, o turismo cultural moderno infere valor aos aspectos culturais imateriais concatenando-os ao patrimônio cultural material, dando "vida" à cultura dos destinos, de forma a impulsionar a atratividade.

Para satisfazer as novas formas de consumo, que são originadas na busca pelo diferencial, o mercado encontrou na inovação a ferramenta estratégica necessária para ofertar produtos distintos dos já difundidos. Mais do que criar produtos novos, a inovação perpassa por um novo olhar sobre produtos já existentes. De maneira clara, percebeu-se que o valor agregado a produtos locais destaca os aspectos originários tão atrativos aos consumidores, de modo que os aspectos singulares passaram a ser (re) descobertos, protegidos e fortalecidos perante a cultura globalizada.

Dentre os instrumentos estratégicos empregados para tal intento, a Indicação Geográfica (IG) vem apresentando-se como um diferencial competitivo amplamente utilizado no mercado europeu por possibilitar a valorização dos elementos característicos de uma localidade e a diversificação dos produtos ofertados, conferindo proteção contra falsificações, atestando qualidade e imputando valor agregado a produtos originários (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015).

Frente a este panorama, este artigo visa propor a criação de um produto para indução à promoção do patrimônio cultural imaterial e fomento ao desenvolvimento endógeno no município de São Cristóvão/SE, através da outorga do selo de Indicação Geográfica à queijada, iguaria legado da gastronomia local, contribuindo para o fortalecimento da competitividade turística do município.

TURISMO, PATRIMÔNIO CULTURAL E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Dentre os aspectos apropriáveis para/pelo turismo, a cultura tem destaque contínuo devido aos interesses dos atuais e potenciais consumidores que buscam conhecer a pluralidade característica do local. Neste contexto, a cultura é entendida como as manifestações individuais e sociais por meio das quais os povos expressam, materialmente ou não, seus saberes, fazeres, expressões, crenças e costumes que sofrem intervenção direta do contexto socioeconômico e ambiental nos quais se encontram inseridos e deles provém.

Frente a este panorama, o turismo torna-se uma ferramenta de indução à preservação do patrimônio cultural por estimular sua valorização pelos turistas e pela comunidade tradicional, a qual passa a compreendê-lo enquanto legado que lhe caracteriza e confere identidade. Os aspectos tradicionais da cultura, representados pelos usos e costumes populares, contém acepções simbólicas difundidas por intermédio da memória, a qual referencia ao modo de vida, à crença e à expressão de diferentes grupos sociais, contribuindo para a construção da identidade (POLLAK, 1992 *apud* LEAL; ARAGÃO, 2012).

De outro modo, este processo possibilita benefícios para os autóctones por propiciar maior participação social na atividade turística, bem como fortalecimento do sentimento de pertença e identidade. O desenvolvimento endógeno suscita vantagens competitivas através da sua capacidade organizacional, uma vez que propicia o empreendedorismo na base local e a criação de associações, impedindo que empresas e organizações externas de grandes cidades restrinjam suas potencialidades (BENI, 2006).

Neste contexto, a Indicação Geográfica configura-se como um instrumento estratégico ao possibilitar o resgate e salvaguarda dos saberes e fazeres, por intermédio do comércio de artigos procedentes da cultura popular, ocasionando o fortalecimento da cadeia produtiva local nas coletividades tradicionais. Esta ferramenta competitiva propicia um novo olhar sobre a cultura e sobre a estruturação da atividade turística nas localidades, com ênfase para os destinos que usualmente recorrem ao turismo como alternativa de fomento na geração de emprego e renda atrelada à preservação e valorização cultural.

Este signo distintivo representa um instrumento proeminente para fortalecimento da memória e fomento da identidade local, por meio da valorização do patrimônio cultural imaterial de uma localidade. Através do uso comercial dado ao legado histórico-cultural de um povo é possibilitado o incremento da renda, bem como a perpetuação do saber fazer nas

comunidades tradicionais. Conforme ressaltado por Barretto (2007, p. 91), a comercialização de bens culturais "[...] é a forma de manter vivas as próprias culturas".

A Indicação Geográfica pode ser entendida como a certificação concedida a um produto que possui características únicas, desde aspectos culturais, ambientais, sociais e econômicos que influenciam na sua produção, extração ou fabricação. A IG pode ser concedida a produtos agropecuários, industriais, artesanais, gastronômicos e a serviços que possuam peculiaridades próprias vinculadas à região geográfica de origem (COSTA, 2014; REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017).

Ao ser efetuada uma análise das localidades que possuem IGs concedidas no país[12] percebe-se que os produtos resguardados são criados, em geral, por classes populares de coletividades tradicionais que encontram nestes artigos além de sua principal, se não única fonte de renda, a perpetuação do seu patrimônio cultural imaterial, passado de geração em geração. Sob este prisma, Maiorki; Dallabrida (2015, p. 21) ressaltam que "[...] a IG é uma alternativa para o desenvolvimento do território, contribuindo para a agregação de valor à cadeia produtiva e ao comércio local".

Ao valorizar a produção em pequena escala e os aspectos singulares identitários de uma localidade, as IGs agregam aos seus produtos o valor necessário à experiência turística, promovendo, sob os princípios da sustentabilidade, bases para o desenvolvimento local (COSTA, 2014). Deste modo, fica claro que a IG contribui para a valorização dos aspectos culturais, para a qualidade de vida dos autóctones, além de possibilitar a diminuição das disparidades regionais, por meio do crescimento na geração e distribuição de renda nas localidades e, a diversificação da economia através da interiorização dos ganhos econômicos.

De outro modo, este processo possibilita benefícios para os autóctones por propiciar maior participação social na atividade turística, bem como fortalecimento do sentimento de pertença e identidade com os aspectos tradicionais da cultura. Neste ínterim, a gastronomia infere como fator de diferenciação sociocultural com alto valor simbólico e afetivo ao retratar os costumes alimentares, as técnicas de extração e produção, as tradições, o modo de vida, além dos aspectos naturais e comerciais de uma localidade (SCHLUTER, 2003; BARRETTO, 2007).

Neste sentido, seguindo o panorama das novas tendências de mercado, a gastronomia tem se constituído como um instrumento identitário pertencente ao patrimônio imaterial das

[12] Para consultar a lista completa de IGs brasileiras acesse: http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil.

locais que se apresenta de grande relevância para o destino, visto que as práticas alimentares congregam a história, os hábitos e os costumes locais. Em conformidade com as demais imaterialidades da cultura, a gastronomia de um destino remonta ao modo de vida de uma comunidade, propiciando ao visitante a apreciação dos saberes, fazeres e sabores que identificam uma localidade.

GASTRONOMIA SANCRISTOVENSE: QUEIJADA COMO LEGADO COLONIAL

Segundo dados do IBGE, o município de São Cristóvão está localizado na região Metropolitana de Aracaju, no estado de Sergipe. Com área de 436.863 km^2 e população de 78.864 habitantes, São Cristovão dista 26 km da capital sergipana e é a quarta cidade mais antiga do país, tendo sido fundada no século XVI.

A culinária de São Cristóvão foi influenciada sobremaneira pelas influências alimentares dos índios, dos africanos e dos portugueses, além de aspectos relacionados à sua localização geográfica no nordeste brasileiro e às margens do Rio Paramopama, conjuntura perceptível através do emprego do coco, mandioca, peixes, crustáceos e mariscos na culinária local, a saber: beijus, malcasados, sarolhos, pés de moleque, bolos, sequilhos, bolachas de goma, moquecas e mariscadas, além da produção artesanal de licores e cachaça.

As iguarias gastronômicas sancristovenses evocam a produção açucareira dos séculos XVI e XVII, fato evidenciado na cultura alimentar dos doces, conforme apontado por Leal; Aragão (2012, p. 390) "[...] mesmo sem figurar entre as principais cidades produtoras de açúcar no Estado de Sergipe, São Cristóvão é berço de uma das mais relevantes culinárias neste âmbito". As compotas, doces cristalizados e de corte, as geleias, os briceletes e as queijadas, além das mais variadas cocadas, referenciam a herança cultural sancristovense, através do paladar, configurando-se como partes relevantes da memória e da identidade local.

De tal modo, ao verificarmos o legado cultural do município de São Cristóvão constata-se que a iguaria gastronômica mais representativa do município é a queijada, registrada como patrimônio cultural imaterial do estado de Sergipe por meio do Decreto nº 27.720, de 2011 (MELLO, 2016). A queijada é um doce de origem portuguesa, fabricado em forno de barro, modificado pelas negras cozinheiras da casa grande que substituíram o queijo pelo coco, ingrediente abundante no Nordeste brasileiro.

Corroborando com tal afirmação, D. Marieta Santos, doceira mais conhecida do município, responsável pela produção de diversos doces, dentre eles a queijadinha comercializada na Casa da Queijada, relembra a origem do quitute:

> A minha bisavó, escrava, veio num navio de farinha do reino pro Brasil, aí foi morar na senzala; da senzala ela foi pra casa grande. Lá a dona da casa grande era portuguesa e fazia queijada, só que a queijada de Portugal é com queijo, ovos, manteiga e coco, e na senzala eles queriam comer e não tinham. Aí quem aprendeu na casa grande fazia na senzala. A minha bisavó fazia. Ela fazia pro português, na casa grande, com queijo e quando chegava na senzala fazia de coco com ovos e farinha pra eles. Assim que terminou a escravidão, quem sabia fazer queijada ficou vivendo dela. Ficou pra minha vó, ficou pra minha mãe, ficou pra mim[13].

De acordo com o relato da doceira, fica claro que após a abolição da escravatura, a venda de queijada configurou-se como principal, se não única fonte de renda das escravas forras. Não obstante, o quitute ainda desempenha o mesmo papel relevante na economia doméstica de uma parcela da população sancristovense, conforme observado na trajetória de D. Marieta, que aprendeu o ofício aos 5 anos, sob influência da mãe, e sustentou a criação de irmãos e filhos basicamente com os proventos oriundos da venda desta iguaria gastronômica, desenvolvido durante os últimos 70 anos.

Ademais, outras famílias do município valem-se dos rendimentos provenientes da comercialização de queijadas para complemento da renda, este é o caso de algumas doceiras do Povoado Pedreiras e da Ilha Grande, que mantém como principal atividade econômica a pesca de mariscos e como atividade complementar a doçaria (LEAL; ARAGÃO, 2012).

Em suma, a queijada é uma iguaria da culinária lusitana, modificada pelos escravos para tornar-se acessível, assumindo uma nova receita original que remete a aspectos singulares da localidade, porém mantendo a base da receita original, vinda de Portugal, ou seja, o doce não utiliza leite condensado, mas sim ovos e açúcar. O saber fazer queijadas configura-se como uma herança familiar, transmitida de mãe para filha, repleta de memória e identidade, gerando benefícios socioeconômicos durante décadas.

A iguaria apresenta-se como um doce de coco cremoso sobreposto por uma massa fina crocante preparada com coco, ovos, manteiga, farinha do reino, leite, açúcar e especiarias, mantendo as características originais do produto (FOTO 1). As matérias-primas para produção desde quitute são basicamente provenientes de extratores locais, aspecto que preceitua o desenvolvimento endógeno, visto que as divisas oriundas da comercialização do produto ocasionam movimentação real da balança comercial do município.

[13] Entrevista realizada no dia 25 de agosto de 2018.

FOTO 1: QUEIJADAS NO FORNO A LENHA



Fonte: Autora, 2018.

A comercialização de queijadas ocorre formalmente na Casa da Queijada durante todo o ano prioritariamente para os visitantes, já que o produto não costuma ser adquirido pela comunidade local. Presume-se que esta realidade ocorra em virtude do valor do quitute, visto que se encontra acessível para o público visitante, mas não para os moradores do município.

Quando questionada acerca da apropriação turística da queijada, D. Marieta foi enfática ao afirmar que "a venda para turista só é bom aqui em junho e janeiro. Agora, uma festa muito boa, muito boa mesmo, é a Festa de Passos. Vende muito nela. Agora, o povo quer que diga que o turista vem o ano todo. O turista não vem! Eu vivo do povo de Aracaju. É o povo de Aracaju que me dá o direito de rir"[14].

Neste ínterim, a queijada é amplamente difundida através de propaganda boca a boca e em reportagens na TV e na internet, diante disso e da proximidade entre o município detentor da iguaria e a capital sergipana, os aracajuanos se posicionam como principal público consumidor do doce.

O período do ano de maior produção e comercialização das queijadas é o mês de abril, na Festa de Senhor dos Passos, durante a qual, diversas doceiras do município deslocam-se para o Centro Histórico de São Cristóvão para venda de queijadas e demais doces do repertório gastronômico do município.

Conforme disposto no estudo de Leal; Aragão (2012) e confirmado através da entrevista com a doceira, a Festa de Senhor dos Passos ocasiona grande movimentação da cadeia produtiva dos doces no município, demonstrando a representatividade da queijada e dos demais doces

[14] Entrevista realizada no dia 25 de agosto de 2018.

para a cultura tradicional local, inclusive pode-se afirmar que a doçaria sancristovense é a culinária característica da Festa de Passos.

Frente ao exposto, fica clara a necessidade da identificação de estratégias para incrementar a comercialização das queijadas, visto que a inexistência de marcas que caracterizem e identifiquem o produto ocasiona o aproveitamento parasitário de terceiros ao utilizar o produto como próprio, a exemplo de uma *delicatessen* da capital sergipana que rotula e comercializa as queijadas provenientes de São Cristóvão como se a mesma houvesse produzido-as, panorama que restringe os rendimentos oriundos da produção da iguaria e inibe a valorização e perpetuação deste saber fazer.

CONCLUSÃO

A concessão da Indicação Geográfica para as queijadas poderá possibilitar ao município de São Cristóvão a oferta de um produto característico que estabelece uma forte ligação com o território de origem, conferindo-lhe notoriedade ao destacar seu fator diferencial frente a outros produtos similares que estão disponíveis no mercado. Esta estratégia propiciará que a queijada seja percebida como um produto mais atraente e confiável para o consumidor, visto que o selo de IG poderá reputar-lhe qualidade em virtude de seu uso ser exclusivo para produtores da região que utilizarão o mesmo modo de fazer para o qual será solicitada proteção.

Neste contexto, o município possui atualmente diversas doceiras produzindo a iguaria gastronômica sem qualquer articulação, panorama este que dificulta a disseminação dos benefícios oriundos da comercialização do produto, além de impossibilitar a padronização da queijada, o que torna a imagem do produto enfraquecida. É importante ressaltar que ações difusas tolhem a inserção do produto em mercados mais competitivos, além de gerar um ciclo de vida diminuto para o artigo. Destarte, é imprescindível a integração entre as doceiras para que a oferta do produto retrate o alto valor agregado e relevante diferencial que o mesmo possui frente aos concorrentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETTO, M. **Cultura e Turismo**: discussões contemporâneas. Campinas: Papirus, 2007. (Coleção Turismo).

BENI, M. C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

COSTA, E. R. C. As Indicações Geográficas (IGs) como Elementos Fortalecedores para a Atividade Turística. **Revista Turismo**: Estudos & Práticas. Mossoró, v. 3, n. 1, janeiro – junho, 2014. p. 25 – 50. Disponível em: http://periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/view/1073. Acessado em: fevereiro/2018.

LEAL, R. E. S.; ARAGÂO, I. R. Memória, Patrimônio e Atrativo Turístico: a doçaria na festa de Senhor dos Passos, em São Cristóvão – Sergipe. **Revista Rosa dos Ventos**. Caxias do Sul, v. 4, n. 3, julho – setembro, 2012, p. 384 - 396. Disponível em: http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/1561/pdf_83. Acessado em: agosto/2018.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A Indicação Geográfica de Produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Revista Interações**. Campo Grande, v. 16, n. 1, janeiro - junho, 2015. p. 13 - 25. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/inter/v16n1/1518-7012-inter-16-01-0013.pdf. Acessado em: fevereiro/2018.

MELLO, J. C. Doces Tentações: uma história da indicação geográfica como direito de propriedade intelectual na cultura alimentar lusobrasileira. **Revista de Propriedade Intelectual – Direito Contemporâneo e Constituição**. Aracaju, v. 10, n. 1, fevereiro, 2016. p. 149 – 166. Disponível em: http://pidcc.com.br/artigos/102015/09022016.pdf. Acessado em: agosto/2018.

REZENDE, A. A.; SILVA, M. S.; DANIEL, L. P. Indicação Geográfica: uma via para o crescimento econômico para Nazaré das Farinhas e Maragogipinho, Bahia. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**. Curitiba, v. 38, n. 132, janeiro - junho, 2017. p. 55 – 76. Disponível em: http://www.ipardes.pr.gov.br/ojs/index.php/revistaparanaense/article/view/904. Acessado em: fevereiro/2018.

SCHULTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

ROTEIRO PEDAGÓGICO CULTURAL: UM NOVO OLHAR PARA O CONHECIMENTO DA HISTÓRIA E CULTURA DE SERGIPE

Rachel Laís Santos Alves[15]
Antonio Carlos Campos[16]

RESUMO

O presente projeto trata-se da viabilidade de um novo segmento do Turismo em Sergipe, o turismo pedagógico e a elaboração de um novo roteiro turístico cultural com a finalidade de auxiliar no desenvolvimento da atividade em Aracaju. Através da publicação desse roteiro visamos a disseminação do conhecimento da história e cultura de Sergipe. O roteiro inclui em seu percurso os espaços culturais: Centro Cultural de Aracaju, Espaço Zé Peixe, Palácio Museu Olímpio Campos e o Museu da Gente Sergipana, locais que guardam muitos costumes, história e cultura do povo sergipano. A proposta surgiu diante do pouco conhecimento dos próprios sergipanos em relação a sua história. Este projeto também visa aumentar as visitações nos espaços culturais envolvidos no percurso. Para elaboração do trabalho foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e documental, a pesquisa de campo, assim como a pesquisa ação para a execução de testes para implantação do roteiro na área central de Aracaju. Consideramos que a estruturação do roteiro pedagógico possibilitará a inserção dos espaços na rota do consumo de forma responsável

Palavras-chave: Turismo pedagógico, Roteiro, História e Cultura de Sergipe.

ABSTRACT

The present project deals with the viability of a new segment of tourism in Sergipe, pedagogical tourism and the elaboration of a new cultural tourist itinerary with the purpose of assisting in the development of the activity in Aracaju. Through the publication of this script we aim to disseminate knowledge of the history and culture of Sergipe. The itinerary includes the cultural spaces: Aracaju Cultural Center, Espaço Zé Peixe, Palácio Olímpio Campos Museum and the Sergipana People's Museum, places that keep many customs, history and culture of the people of Sergipe. The proposal came about due to the little knowledge of the Sergipanos themselves regarding their history. This project also aims to increase visits to the cultural spaces involved in the course. For the elaboration of the work were used the bibliographic and documentary research, the field research, as well as the action research for the execution of tests for implementation of the script in the central area of Aracaju. We consider that the structuring of the pedagogical script will allow the insertion of spaces in the consumption route in a responsible way.

Key word: Pedagogical tourism, Itinerary, History and the culture of Sergipe.

[15] Pós Graduanda em Planejamento do Turismo - UFS; Graduada em Turismo pela Universidade Estácio de Sergipe, Aracaju - SE. E-mail: rachellais01@outlook.com
[16] Doutor em Geografia, Planificación Territorial y Gestión ambiental pela Universitat de Barcelona-Espanha. E-mail: antonio68@gmail.com

INTRODUÇÃO

Um dos caminhos mais comuns para permitir o contato dos alunos com o patrimônio sociocultural consiste na realização das estratégias metodológicas de ensino-aprendizagem baseadas no estudo do meio, que nada mais é que uma prática de ensino se constitui como elemento fundamental dado o caráter interdisciplinar e possibilidade de interação do aluno como um meio qualquer.

Semelhante à atividade turística, o estudo do meio visa transformar as aulas em excursões, transportando os alunos para diferentes lugares com a finalidade de estudo. Essas "aulas-passeio" colocam os alunos em contato com os bens materiais e imateriais (etnográficos, históricos, geográficos biológicos e literários), o que lhes proporcionam experiências sensoriais significativas no processo de formação, gerando um círculo de apropriação de relações sociais, econômicas e culturas interligadas, as quais permitem caracterizar esse tipo de atividade como uma forma de lazer e turismo aplicados à educação. Por esse motivo, engana-se quem pensa que o turismo educacional é uma mera excursão. Isso porque as atividades envolvem o desenvolvimento de múltiplas formas de aprendizagem e busca horizontes bem mais amplos que uma simples saída cultural para um museu ou parque, já que sua proposta é integrar uma ação fora dos muros da escola e dos currículos, reforçando, assim, conteúdos transversais em classe (CUNHA, 2002).

Na área do turismo, Mário Beni (2002) complementa salientando que o Turismo Pedagógico constitui-se na retomada da antiga prática amplamente utilizada na Europa e principalmente nos Estados Unidos por colégios e universidades particulares. Prática também adotada no Brasil por algumas escolas de elite, que consistia na organização de viagens culturais mediante o acompanhamento de professores especializados da própria instituição de ensino com programas de aulas e visitas a pontos históricos ou de interesse para o desenvolvimento educacional dos estudantes.

Particularmente em Sergipe, o Turismo Pedagógico ainda se mostra como um segmento incipiente e pouco explorado, por esse motivo pode ser implantado de forma a auxiliar o desenvolvimento e fortalecimento da cadeia produtiva no estado, vez que esse segmento pode trazer novos turistas para o nosso mercado, além de fomentar e complementar a divulgação de Sergipe em outras cidades com um novo conceito de objetivos de viagens.

Neste sentido, no presente estudo objetivamos elaborar roteiros turísticos pedagógicos culturais para oferecer as escolas públicas de Sergipe e diversos grupos o interesse pelo conhecimento e aprendizado sobre a história de Sergipe.

Esse novo segmento tem como principal motivação o fato de se basear na aprendizagem. Com isso o turismo pedagógico pode se configurar como um facilitador no ensino escolar, bem como na revalorização da memória material da sociedade, sabendo-se que não somente alunos de escolas podem ter interesse por esse tipo de turismo, mas qualquer individuo ou grupo que se identifique ou tenha vontade de aprender sobre qualquer assunto.

Nossa perspectiva, a partir do ponto de vista da produção do segmento turístico é construir indicações de possíveis roteiros pedagógicos, levando-se em consideração um processo metodológico que contemple os elementos patrimoniais representados pelos museus centrais de Aracaju.

A hipótese norteadora que nos leva a produção dos roteiros pedagógicos se fundamenta na prática desconexa do processo de aprendizagem, em que na maioria das escolas de Aracaju, as "aulas passeios" para os museus existentes na cidade, são realizadas sem explicar aos alunos o principal significado de conhecer a sua história e cultura e, principalmente sem contextualização ambiental que explica a localização e a existência dos edifícios que abrigam os museus e as praças do entorno. Desta forma, acredita-se que o interesse por parte dos alunos, muitas vezes nem existam, ou apenas cumpra exigências de realização de atividades práticas fora da sala de aula. Além disso, nas escolas sergipanas não possuem em seus currículos os temas de História de Sergipe.

A história de Sergipe possui uma diversidade cultural muito interessante que pode ser estudada por inúmeras pessoas, estas precisam apenas ter o interesse despertado para que seja vantajoso apreender sobre o assunto. Diante disso, podemos também fazer com que a cultura Sergipana chegue a outros estados e não somente os sergipanos. Através deste projeto de roteirização pretende-se demostrar a importância da história de Sergipe na escola e, como este sentimento está presente na identidade de cada cidadão, que de forma interativa poderá ser vivenciada através da educação patrimonial entre a sociedade local e os turistas.

A partir da vivência de um roteiro maior com experiências únicas e emocionantes será possível conhecer o Museu da Gente Sergipana, o Palácio Museu Olímpio Campos, o Espaço Zé Peixe e o Centro Cultural de Aracaju, dos quais muitos dos aracajuanos desconhecem, pois muitas vezes, ao se tratar de atrativos turísticos, subentendem que apenas turistas devem visita-

los, deixando assim de conhecer seus próprios atrativos que representam a experiências com a sua própria história e cultura.

TURISMO PEDAGÓGICO: UMA POSSIBILIDADE

O Turismo Pedagógico pode ser uma ferramenta auxiliar para o conhecimento nas escolas, assim como para outros públicos que tenham interesse em conhecer a história e cultura de certa localidade.

De acordo com as experiências vivencias em outros estados,

> O Turismo Pedagógico se apresenta como uma possibilidade de tornar o conhecimento pertinente, contextualizado e real. A viagem é o elemento motivador para dar encanto à educação. No Turismo Pedagógico, os diversos saberes e realidades são articulados como necessidade de reconhecer e conhecer os problemas do mundo, em um ambiente de divertimento e prazeres. Trata-se de uma das atividades que mais se harmonizam ao conceito de turismo sustentável, uma vez que sua motivação é puramente educativa a educação ambiental é praticada nas três dimensões: conceituais, procedimentais e atitudinais. Além do mais, conhecendo localidades da sua região ou do seu país, o aluno-turista passa a desenvolver um sentimento de valorização e conservação dos patrimônios sociais, culturais e ambientais das comunidades, o que torna possível o desenvolvimento do turismo sustentável (SETUR – RN, 2010).

Alguns estados brasileiros já adotam uma política para o desenvolvimento do turismo pedagógico, como é o exemplo do estado do Rio Grande do Norte.

No estado de São Paulo, a Vila Paranapiacaba, se constituiu no primeiro patrimônio industrial ferroviário ao integrar a lista brasileira como primeiro patrimônio da humanidade localizado no interior de São Paulo, ao trabalhar com a perspectiva do turismo pedagógico.

Segundo Swarbooke e Horner (2002) o turismo educacional, vem crescendo significativamente nos últimos anos, ganhando espaço no ambiente escolar, pois certas escolas já aderiram ao turismo educacional como metodologia diferenciada para o sistema.

Sabemos que aquilo que é vivenciado perpetua-se por mais tempo do que aquilo que apenas é escutado, diante disso é possível identificar que o turismo pedagógico é um meio de estimular e concretizar cada vez mais o conhecimento dos estudantes de modo com que eles tenham mais facilidade para absolver determinados assuntos que por muitas vezes nem se há o interesse por parte do mesmo de se aprender.

Celestin B. Freinet (2002) cita que a aula passeio é um momento de vivenciar, descobrir e sentir novas sensações, despertando interesses e curiosidades nos alunos. Através desta ideia é possível identificar que a criação de um roteiro turístico pedagógico cultural para as escolas do Brasil com o intuito de se vender a Sergipanidade podem ser algo bastante interessante para os estudantes como forma de inclusão do conhecimento da história e cultura de Sergipe através da visitação dos museus e espaços que possuímos na cidade de Aracaju para a construção do conhecimento cultural e da sua identidade popular.

Conhecer sua história é algo muito significante e por isso é importante que todos tenham a possibilidade de conhecer tudo que envolve a sua identidade e cidadania.

> O turismo pedagógico é uma maneira de oferecer aos estudantes a oportunidade de conhecer melhor uma determinada região e vivenciar a história, as tradições, os hábitos e os costumes da população local, por meio de aulas práticas no próprio destino receptor (MOLETTA, 2003, p. 11).

Neste sentido, a construção de roteiros pedagógicos organizados ao longo de um dia com inicio no Centro cultural de Aracaju, Espaço Zé Peixe, visita ao Palácio Museu Olímpio Campos e Museu da Gente Sergipana onde aprofunda toda a Cultura Sergipana são exemplos de atrativos capazes de promover o desenvolvimento do segmento do turismo pedagógico cultural como propulsor do turismo em Sergipe.

A CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA DOS ROTEIROS TURÍSTICOS PEDAGÓGICOS

Para o desenvolvimento do projeto de construção de roteiros entre os museus aracajuanos de forma que a visitação programada possa promover a capitalização do turismo com opções contemplação dos monumentos edificados e seu conteúdo, torna-se necessário conhecer as estruturas locais e a capacidade do sistema turístico local (BENI, 2002), a partir de inventário e diagnóstico realizado previamente através de pesquisa de campo para saber as distâncias de deslocamento, de que forma estes espaços recebem grupos, seus horários de funcionamentos, tempo médio de duração de cada visita em grupo, temas e exposições abordados, bem como as possibilidades de guiamento externo às visitações. Nesta etapa será possível programar o roteiro com previsões de duração, além de identificar as potencialidades e elementos complementares existentes no entorno desses recintos, pois sabemos que atividade turística movimenta a economia e é importante saber o que se tem em volta para consumo, seja em termos de iconográficos ou mesmo material.

Após o reconhecimento e exploração dos atrativos e seus conteúdos para elaboração do roteiro será necessário verificar quais parcerias podem ser efetivadas entre os agentes públicos

e privados para o desenvolvimento desse projeto. No caso do centro de Aracaju são mantenedores dos museus: o Governo do Estado, o Instituto Banese, Secretaria de Estado da Casa Civil, Ministério da Cultura, e Secretaria de Estado do Turismo. Por outro lado, as Agências de viagens e Operadoras Turísticas, empresas de Marketing que cuidam da divulgação dos bens patrimoniais e da História de Sergipe podem ser alguns parceiros para o desenvolvimento e sucesso desse projeto.

Depois de identificadas as parcerias e realizados os pré-testes ou a experimentação do roteiro, observando as necessidades e, planejando as possibilidades de inserção ou supressão de elementos, torna-se necessário identificar as agências que poderão colocar em prática esse novo produto turístico e reconhecer de que forma deverá ser vendido já que teremos públicos específicos (alunos de escolas), assim como diversos grupos de turistas de faixas etárias diferentes de acordo com o interesse cultural e educacional.

Cumpridas todas as etapas anteriores, parte-se para desenhar os percursos, adicionando pontos de paradas, vias de deslocamentos, atrativos que serão observados, tipos de transportes que poderão ser utilizados, bem como a definição dos possíveis lugares de inicio e término do roteiro e tamanho dos grupos de turistas/ visitantes. Desenvolvidas e estruturadas as paradas entre os museus, deverá ser feita a divulgação desse novo produto turístico interna e externamente no estado de Sergipe. O plano de marketing do roteiro como um produto que gera conhecimento, deve conter um breve resumo sobre a história e cultura de Sergipe para que possa despertar o interesse sobre a sergipanidade.

A ELABORAÇÃO DO ROTEIRO E SUAS POSSIBILIDADES DE ADEQUAÇÃO

O roteiro principal desse projeto é composto por quatro espaços culturais: Centro Cultural de Aracaju, Espaço Zé Peixe, Palácio Museu Olímpio Campos e Museu da Gente Sergipana. O cronograma deve ser efetuado com previsão de duração de 4 horas e 30 minutos a 5 horas. Os grupos devem ser compostos de 25 a 50 pessoas, podendo ser dividido em dois grupos, com duração de visitas em cada espaço que pode durar em média 40 minutos, resguardando um tempo maior para a visitação interativa do Museu da Gente Sergipana.

Como proposta, o roteiro deve iniciar no Espaço Zé Peixe que se localiza no centro da capital sergipana, nas proximidades dos mercados centrais. Neste espaço será possível aprender sobre a história de vida e alguns costumes de um ícone muito importante em nossa cidade que é o Sr. José Martins Ribeiro Nunes (conhecido como Zé Peixe), reconhecido Marujo Guia prático porque nadava nas águas do Rio Sergipe guiando as embarcações que adentravam no estuário

do rio Sergipe; Após o percurso deve partir para o Centro Cultural de Aracaju, onde deverá ser contado um pouco da história da capital, assim como alguns costumes e brincadeiras de crianças que aqui são encontradas; logo o grupo deve se deslocar até o Palácio Museu Olímpio Campos, a pé através do calçadão da Rua João Pessoa pelo comércio de Aracaju. Neste trajeto, o grupo encontrará locais para tomar um café, beber uma água, ou tomar um lanche até chegar ao próximo espaço, movimentando assim a economia da cidade e fazendo o contato direto dos visitantes com a comunidade local. Ao chegar ao Palácio Museu será possível compreender sobre a história política de Sergipe, conhecendo todos os prefeitos e governadores e alguns acontecimentos políticos marcantes do Estado. Em seguida, o grupo deverá se deslocar para o Museu da Gente Sergipana, onde será possível desfrutar de vários espaços interativos e lúdicos que contam a história do povo sergipano, sua cultura, costumes, festas e utensílios da cultura local.

Esse deslocamento deverá ser feito com ônibus ou van, pois apesar de se tratar de um local de certa proximidade, como as ruas do centro histórico de Aracaju são bastante movimentadas e assegurar o cumprimento do tempo de percurso, o grupo será mais viável que o deslocamento não seja a pé. Também vinculado ao Museu da Gente Sergipana existe o Largo da Gente Sergipana, situado na mesma Avenida do Museu, onde se localiza diversos monumentos representantes da nossa cultura e folclore sergipano, podendo ser um ponto opcional para ser incluído para quem tiver interesse em conhecer um pouco mais sobre nossa cultura. Esse espaço é apresentado como forma opcional, pois o roteiro já é bastante extenso. Após o término do roteiro, deve-se ser aplicado um questionário de avaliação referente aos principais assuntos abordados em cada espaço para avaliar o aproveitamento do aprendizado, assim como também a satisfação do grupo em relação a esse novo produto.

Esse roteiro poderá ocorrer em horários específicos de acordo com a disponibilidade do grupo e dentro do horário do funcionamento desses locais. Conforme já citado anteriormente também podemos ter como opção de venda de roteiros alternativos a partir do roteiro original, para aqueles grupos que não tenham interesse em conhecer e aprender sobre todos os espaços. Dessa forma podemos ter as opções a seguir:

- ✓ **Roteiro alternativo 1:** Centro Cultura de Aracaju – Palácio Museu Olímpio Campos – Museu da Gente Sergipana, com duração de 3 horas e meia, com parada no centro histórico para lanche do grupo;
- ✓ **Roteiro alternativo 2:** Palácio Museu Olímpio Campos – Museu da Gente Sergipana, com duração de 2 h e 40 minutos, com parada para lanche no centro histórico.

AÇÕES NECESSÁRIAS PARA IMPLANTAR O ROTEIRO PEDAGÓGICO

Deverão ser realizadas algumas reuniões para a organização e implementação do desenvolvimento do roteiro pedagógico cultural, quando deverão ser decididas as melhores formas de execução do roteiro para que este tenha sucesso e seja viável diante das possíveis ameaças encontradas e dos contratempos que podem surgir: a) definir as competências e todos os membros envolvidos direta e indiretamente no percurso do roteiro para um bom desempenho e qualidade do produto; b) verificar a necessidade de qualificação dos equipamentos e serviços turísticos da região; c) capacitação específica para os monitores e guias que irão receber os visitantes/ turistas; d) capacitação específica para os vendedores e agentes desse novo produto turístico e, e) elaboração da campanha de marketing para a divulgação do novo produto turístico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo pedagógico nas escolas estaduais e municipais por muitas vezes não é praticado por carência de recursos financeiros, para desenvolver essas aulas - práticas, mas para que esse segmento seja possível, se faz necessário o apoio de instituições públicas e privadas para que o projeto seja desenvolvido e aplicado com preços viáveis para todos os públicos.

Parcerias com agências, hotéis e pousadas, poderão contribuir para o desenvolvimento desse segmento no estado. Outros elementos importantes também serão necessários para expansão desse segmento, como os guias, as ferramentas digitais como aplicativos locais e Gps para que este projeto seja vendido não apenas no estado de Sergipe, mas também para escolas de outros estados, assim como para outros grupos de visitantes. Afinal, a atividade turística enseja a possibilidade de conhecer e visitar diversos lugares. Fato que contribui para alavancar experiências enriquecedoras tanto para os turistas, como para as comunidades visitadas.

Por se tratar de um novo segmento no estado de Sergipe, sabemos que não é tarefa fácil desenvolver esse novo produto, já que temos muitos outros atrativos em nosso estado. Dessa forma partimos da compreensão de que o público do turismo pedagógico se constitui de caráter específico, vez que tem interesse em compreender sobre a história e a cultura local. O que significa uma vantagem competitiva e um desafio, uma vez que a estruturação de um roteiro com qualidade possibilitará a inserção dos espaços na rota do consumo de forma responsável.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Roteiro Turístico.** Manaus-AM: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo** – Roteiros do Brasil: Roteirização Turística. Brasília: Mtur, 2007.

CUNHA, Maria Carolina da Silva *et all*. **Turismo Educacional: Que Viagem É Essa?** - Alunas do 6º período do curso de Turismo do Centro Universitário Ibero-Americano, 2002, p. 3 – 4.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UECE, 2002.

FREINET, C. **As técnicas Freinet da Escola Moderna.** Tradução: Silva Letra. Lisboa: Editorial Estampa, 1973.

MARTINS, L. A. V.; ALVES NETO, F. R. O Turismo Pedagógico Como Dinamizador do Processo Ensino Aprendizagem no Proeja. **Revista de Educação Educere et Educare**, Acre, v. 8, p. 455-468, jul./dez. 2013.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA Denise Tolfo. (Org.). **Métodos de pesquisa.** Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SCREMIN, J.; JUNQUEIRA, S.. Aprendizado Diferenciado**:** Turismo Pedagógico no Âmbito Escolar. **CAD. Est. Pes. Tur**, Curitiba, v.1, p.26-42, jan./dez. 2012.

SWARBROOK, J.; HORNER, Susan. **O comportamento do Consumidor no Turismo** [tradução Saulo Krieger]. São Paulo: Aleph, 2002.

TYLOR, Edward. **Cultura Primitiva.** São Paulo. 1871.

IDENTIDADES-CONSUMO E PROMOÇÃO TURÍSTICA: UM ESTUDO SOBRE *SITES* ESTADUAIS DE TURISMO

Tâmara Cris Santana dos Santos[17]
Denio Santos Azevedo[18]

RESUMO

Na era digital sites e portais são plataformas de comunicação utilizadas por diferentes atores sociais para objetivos distintos. No universo do turismo, alguns planejadores e gestores utilizam tais recursos como canais de informação turística e meios de promoção dos destinos turísticos. Sendo assim, o presente escrito, que é resultado do projeto de iniciação científica[19] intitulado " Turismo e Identidades-Consumo: planejamento, usos e reflexões", tem como objetivo principal investigar como os planejadores turísticos transformam elementos históricos, recursos naturais, práticas e bens culturais em identidades-consumo para a promoção turística. Para tal, foi realizada uma pesquisa em *sites* oficiais de turismo de diferentes Estados brasileiros. Os sites turísticos foram levantados no portal do Ministério do Turismo, e selecionados apenas os que estavam ativos, atualizados e com conteúdo. Para tanto, realizou-se pesquisa bibliográfica, coleta e tratamento de dados por meio da análise de conteúdo. Dessa forma, como principais resultados destaca-se que os sites de maneira geral possuem muitas características semelhantes, como *hiperlink* com os mesmos termos a exemplo "belezas naturais" e "festas". Estes estavam também atrelados às redes sociais de internet como *Instagram* e *Facebook.* Todos destacam pelo menos um elemento de identidades-consumo, sendo que esses elementos são marcadores identitários. A gastronomia é a categoria que mais foi preenchida aparecendo em quatro dos cinco *sites*. Os resultados obtidos demonstraram também que há um baixo número de *sites* disponíveis e que em alguns casos existem alguns que estão desativados ou sem conteúdo, mesmo todos os estados tendo Secretarias de Turismo.

Palavras-Chave: Sites de Turismo. Promoção turística. Identidades-consumo.

RESUMEN

En la era digital sitios y portales son plataformas de comunicación utilizadas por diferentes actores sociales para objetivos distintos. En el universo del turismo, algunos planificadores y gestores utilizan tales recursos como canales de información turística y medios de promoción de los destinos turísticos. En el presente escrito, que es el resultado del proyecto de iniciación científica titulado "Turismo e Identidades-Consumo: planificación, usos y reflexiones", tiene como objetivo principal investigar cómo los planificadores turísticos transforman elementos históricos, recursos naturales, prácticas y bienes culturales en las identidades-consumo para la promoción turística, para lo cual se realizó una investigación en sitios oficiales de turismo de diferentes Estados brasileños. Los sitios turísticos fueron levantados en el portal del Ministerio de Turismo, y seleccionados sólo los que estaban activos, actualizados y con contenido Y en el caso de que se produzca un cambio en la calidad de la información, se debe tener en cuenta que los sitios web de manera general poseen muchas características similares, como hipervínculo con los mismos términos a ejemplo "Bellezas naturales" y "fiestas". Estos estaban también acoplados a las redes sociales de Internet como Instagram y Facebook. Todos destacan por lo menos un elemento de identidades-consumo, siendo que esos elementos son marcadores identitarios. La gastronomía es la categoría que más se ha llenado apareciendo en cuatro de los cinco sitios. Los resultados obtenidos demostraron también que hay un bajo número de sitios disponibles y que en algunos casos existen algunos que están desactivados o sin contenido, incluso todos los estados que tienen Secretarias de Turismo.

Palabras clave: Sitios de Turismo. Promoción turística. Identidad-consumo

[17] Graduanda do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe, E-mail: tamaracris.santos@hotmail.com
[18] Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de Sergipe. Docente do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe, E-mail: denio_azevedo@yahooo.com.br
[19] O projeto de iniciação científica é o PIBIC da Universidade Federal de Sergipe edital 2017/2018.

INTRODUÇÃO

Com a popularização da internet e das facilidades que essa trouxe, tanto na disponibilidade de informação como na agilidade para a realização de tarefas, a forma de funcionamento de diversas atividades foi influenciada. Com a atividade turística não foi diferente, ela possibilitou mudanças significativas em todo processo de planejamento e formação dos produtos turísticos, afetando ainda no comportamento dos agentes do turismo.

Sendo que, o turismo é um fenômeno social que abrange o mundo inteiro e que pode abarcar diferentes camadas e grupos sociais, por alcançar de algum modo até quem não participa diretamente do turismo (BARRETO, 2000). A internet torna-se uma facilitadora desse processo, pela sua popularização. No Brasil, por exemplo, segundo pesquisa realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (2016) a internet é o segundo meio de comunicação mais utilizado, perdendo apenas para a televisão.

Providos dessa informação, planejadores turísticos, utilizam como estratégia realizar a promoção de forma *online,* adotando ainda para divulgação o uso de elementos identitários do lugar promovido.

Silveira (2007) salienta que, na internet a possibilidade vislumbrada pelos turistas virtuais é de instantaneidade, sendo assim, o uso da internet torna-se interessante para o turista por facilitar tanto o planejamento como a execução da viagem, já que ele dispõe das informações que precisa de forma rápida e precisa, essa torna-se uma aliada do turista, como contribui ainda o autor (p.119)“ Num click em um link, informações e imagens sobre praias paradisíacas da Polinésia, festivais de Parintins na Amazônia ou outro lugar qualquer do mundo aparecem na tela [...]”, evidencia-se assim como é ágil o processo.

O presente escrito que é resultado de projeto de pesquisa de iniciação científica PIBIC da Universidade Federal de Sergipe, do curso de bacharelado em turismo intitulado “Promoção turística online e identidade-consumo: um estudo sobre portais estaduais de turismo”, busca compreender como planejadores turísticos utilizam das identidades-consumo de destinos como forma de estratégia promocional em *sites online* de turismo de estados brasileiros.

Para tanto, foi realizado o levantamento dos *sites* que se encontravam ativos e com conteúdo na internet, em seguida foi feita a identificação, catalogação e análise dos elementos identitários que são utilizados nesses sites por meio da análise de conteúdo que é.

> Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimento relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2011, p.48)

As categorias criadas para coleta de dados foram: recursos naturais: considerando todo elemento natural como rios, praias, montanhas etc; festas populares: nesse item buscou-se as festa tradicionais, relacionadas com as práticas culturais locais; religiosidade, aqui foram considerados tanto os festejos religiosos como os templos de fé; gastronomia, foi destacada a culinária regional e; o artesanato: analisando tanto o "saber-fazer" assim como o resultado desse, o material, objeto em si. Dentro de cada categoria dessa foram listados todos os elementos encontrados nos sites e a forma que cada um estava apresentado.

IDENTIDADE-CONSUMO COMO ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO TURÍSTICA ONLINE

Uma das formas de mensurar como a popularização da internet influenciou na atividade turística é observando as mudanças que ocorreram na forma em que é realizada a promoção turística. Esta passa a acontecer também no ambiente virtual, o que inclusive torna-se requisitado pelos turistas. Braga (2008), traz como exemplo que, o turista que decide viajar com uma agência, procura se informar dos atrativos do local, localização, moeda, previsão do tempo e até elaborar o próprio roteiro, a internet assim também a função de fornecer informações turísticas.

Nesse ambiente virtual o destino é vendido por meio daquilo que o caracteriza, seu diferencial, o que pode ser feito por meio das suas identidades. Hall (2011) em seus estudos sobre identidade esclarece que essa está relacionada com a identificação, o sentimento de pertencimento e representação, ou seja aquilo em que a comunidade de um destino se reconhece e/ou pratica, como sua língua, comidas e festas, e são esses elementos que passam a identificar e representar o destino.

Gastal e Moesch (2007) corroboram que, a identidade é tudo que é compartilhado pelos habitantes de uma cidade, que é celebrado nas festas e exposto nas práticas cotidianas. E são justamente essas características que são apropriadas pelo turismo para a promoção. Texto, imagens e vídeos que mostram e descrevem como essas identidades são utilizadas na internet pelos planejadores turísticos para despertar o desejo pela viagem, mostrando ao turista o que este poderá conhecer/consumir do lugar.

É esse consumir que é compreendido como identidades-consumo, o consumo do "outro" que é feito por meio do "jogo da experiência, da vivência e da experimentação" (AZEVEDO; PAES;

ANDRADE, 2014, p.234). É assim que se dá o consumo de identidades, provando os sabores e conhecendo os saberes das comidas da cozinha local, banhando-se em uma cachoeira, assistindo e/ou participando das festas tradicionais, é o consumo que vai além da compra de um suvenir, tem interação com a realidade local e o significado do que é celebrado e praticado.

> Elementos simbólicos de grupos sociais específicos passaram a identificar cidades e/ou países na promoção turística dos destinos. Imaginários são construídos e precisam ser ratificados ou retificados na concretização da viagem. Estes precisam motivar o deslocamento temporário de "estrangeiros" que estão movimentando o mercado de turismo em busca de encontros com as "diferentes", trocas culturais e do conhecimento, ou seja, do consumo simbólico dos elementos identitários do "outro". (AZEVEDO; PAES; ANDRADE, 2014, p.221).

Os autores acima chamam atenção para o fato de que os turistas viajam em busca de conhecer o que lhes foi mostrado, o que na concretização da viagem vai ser ratificado ou retificado, sendo assim esses sites devem ter responsabilidade e atenção sobre o que ofertam. Mascarenhas (2007, p.65) corrobora que, a gestão desses destinos deve ser feita "pautada na herança cultural dessa comunidade, no conjunto de valores que determinam sua identidade, proporcionando produtos originais, acessíveis ao turista, e ainda que sejam competitivos, transformando a potencialidade dos destinos em um atrativo turístico". Sendo assim, a promoção deve ser realizada com profundo conhecimento e respeito aos elementos representativos dos anfitriões, tanto para que esses sintam-se valorizados como possam desfrutar dos benefícios da atividade turística.

Esse trabalho de divulgação turística por meio das identidades possibilita ainda a consolidação de destinos. Essas identidades são difundidas de maneira tão vasta e sólida que é possível criar uma imagem do destino para o turista.

> A mídia especializada no turismo acabou, ao longo de um século e meio, fixando a imagem de algumas localidades em poderosos símbolos: A Torre Eiffel em Paris, o Cristo Redentor no Rio de Janeiro. A imagem se justapõe ao lugar de forma que conhecer o símbolo é conhecer o lugar. (SILVEIRA, 2007, p.118).

O destino passa assim a ter um marcador identitário, por qual é reconhecido e procurado. Por tanto, a promoção turística realizada por planejadores turísticos através do uso dos elementos identitários de um destino, que o representam junto com a sua comunidade, são uma forma não somente de atrair fluxo turístico para consumir esses elementos, mas de tornar conhecidas outras culturas, outros costumes.

AS IDENTIDADES-CONSUMO NOS SITES ESTADUAIS DE TURISMO

Essa parte do escrito dispõe dos resultados encontrados a partir da pesquisa bibliográfica e da coleta de dados realizada através dos cinco sites que foram selecionados de acordo com os critérios especificados na metodologia. São eles o site do Amazonas, da Bahia, do Espírito Santo, de Minas Gerais e do Pará.

O *site* do Amazonas[20] tem seu designer marcado predominantemente pela cor marrom e tem algumas fotos aleatórias na sua página inicial de rios e da floresta. Quanto à navegação o site possui seis *hirpelinks*[21] no topo da página que são: **Amazonas**; **O que fazer; Onde ir**; **Como chegar**; **Informações e**; **Contato**. Já o da Bahia[22] tem a cor branca predominante, e na parte superior da página há fotografia de um atrativo que não é identificado. Os *hiperlinks* são organizados da seguinte forma: **Viver Bahia**; **Destinos; Segmentos**; **Produtos** e; **Serviços**.

No do Espírito Santo[23] predomina as cor azul, e possui a foto de um ponte que não é identificada no topo da página. É possível navegar através dele por: **O Espírito Santo**; **Destino; Roteiros**; **Evento**; **Encante-se**; **Informações** e; **#amores**- que direciona a outro site que visa à promoção do estado por meio de postagens de turistas nas redes sociais. Na apresentação do *site* de Minas Gerais[24] também predomina a cor branca, e na página inicial vão passando imagens aleatórias de vários atrativos. O *site* é dividido em: **Para Onde Ir**; **Explore; Conheça**; **O que Fazer e**; **Eventos.** Nesse *site* foi observado que não há um foco em destacar elementos específicos, mas sim em mostrar as possibilidades de roteiros e rotas que podem ser realizados pelos turistas.

No *site* do Pará[25], predominam as cores branco e cinza, ele é repleto de imagens em sequência por toda extensão da página inicial que estão ligadas aos *hiperlinks* no topo, *hiperlinks*: **Cultura**; **Gastronomia**; **Natureza**; **Sol e Praia**; **Negócios e evento**; **Pesca esportiva** e**; Contato**.

Os s*ites* no geral apresentaram semelhanças, tanto na sua forma de apresentação como com os *hiperlink*s. Estão associados as redes sociais de internet, possuem tradução para outros idiomas. E no tocante das categorias de análise foi possível observar que esses também utilizam categorias similares para a promoção, como é caso da gastronomia. Vale ressaltar que todos os sites destacam pelo menos um elemento identitário dentro das categorias criadas.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC

[20] <http://www.amazonastur.am.gov.br/#site%20direto%20do%20MTur>
[21] Hiperlink é um texto um imagem qualquer que se coloca em uma página da internet e que, quando clicada com o lado esquerdo do mouse, abre uma página diferente no próprio site
[22] <http://www.bahia.com.br/>
[23] < http://descubraoespiritosanto.es.gov.br/pt/>.
[24] <http://www.minasgerais.com.br/pt>
[25] <http://www.paraturismo.pa.gov.br/>

Entende-se como “destacado” no site a forma com a qual é apresentado o elemento, a relevância dada a esse, e facilidade de acesso e para isso todos os portais fazem o uso de recursos como textos descritivos.

No site do Amazonas aparece na categoria festejos populares o Festival de Parintins, e o Festival das Cirandas, e na gastronomia o elemento peixes que é colocado como a base da cozinha do estado. O da Bahia trás na categoria recursos naturais a Chapa Diamantina, que é o único destacado, os demais estão listados como ilhas, praias e etc. Quanto aos festejos aparece o Samba de Roda, e o São João e Carnaval. Em monumentos só há destaque para o Monumento ao 2 de Julho. Na gastronomia somente o tempero a moda baiana é enfatizado.

O Espírito Santo traz na gastronomia a moqueca capixaba que é descrita como “ícone do estado”. E na categoria artesanato são evidenciados: artesanato de conchas, artesanato em escamas de peixe, artesanato indígena, artesanato em madeira e artesanato em tecido. No de Minas Gerais só houve destaque em religiosidade com a comemoração da Semana Santa.

O Pará evidencia em religiosidade a Catedral Metropolitana de Belém, em festejos populares as celebrações do Círio de Nazaré, Çairé, Boi de Mascara e Festival Do Folclore De Curuçá, em monumento históricos traz o Forte do Presépio, Conjunto Arquitetônico e Histórico de Santarém, Teatro da Paz, Museu de arte Sacra e Sitio histórico de Belterra e em gastronomia são apontados o açaí, maniçoba, pato no tucupí, tacacá, caldeirada de filhote, pirarucu ao leite de coco, casquinha de Caranguejo e frito do vaqueiro. Segue abaixo exemplo de como os sites fazem a promoção.

Turismo e Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

FIGURA 1: PORTAL DO PARÁ



Fonte: <http://www.paraturismo.pa.gov.br/>

Por meio da figura, que é da página inicial no do site é possível observar um dos festejos populares que acontece no estado e que fazem parte da sua identidade, esse é destacado com texto e imagem, na qual ao clicar é possível obter mais informações.

FIGURA 2: PORTAL DA BAHIA



Fonte:<http://www.bahia.com.br/>

No site da Bahia já é possível observar algumas diferenças, como a imagem usada no topo da página, e os segmentos que antes vem detalhados no do Pará. Nesse está agrupado em

um hiperlink “SEGMENTOS”. Nota-se ainda na página inicial os ícones das redes sociais da internet ao qual o site está atrelado.

CONSIDERAÇÕES

Foi possível observar com a pesquisa que planejadores turísticos utilizam os elementos que caracterizam um estado, e que estão ligados com as suas identidades como forma de promoção turística. O que foi percebido por meio dos elementos coletados nas categorias de análise, com pratos da gastronomia do estado e festejos populares por exemplo. E assim é vendido ao turista o que ele vai poder provar da cozinha local, conhecer e desfrutar dos recursos naturais, presenciar e/ou participar das manifestações culturais do lugar visitado, esses elementos são vendidos como identidades-consumo.

O uso das identidades-consumo para promoção turística cria assim uma associação entre o elemento identitário e o destino, ao se pensar no Círio de Nazaré há uma associação ao estado do Pará, o inverso também acontece, ao pensar no Pará lembra-se da celebração do Círio de Nazaré, questão que foi esclarecida por Silveira (2007) e Azevedo, Paes; Andrade, (2014) no decorrer do texto demonstrando como os planejadores conseguem consolidar imagens de destinos.

Porém, os sites não deixam totalmente definidas as múltiplas identidades do estado, elas são dispostas de forma solta sem especificar em alguns casos sua devida relevância, o significado que tem para o estado como um todo e sua comunidade local, seria interessante que tivesse na página inicial uma apresentação do estado de maneira geral, sobre seus costumes, gastronomia, principais eventos, segmentos já consolidados etc., mostrando ao turista que há atrativos importantes a serem conhecido, para compreender a dinâmica do lugar, mas deve mostrar ainda que há ainda outras diversas possibilidades, para que assim ele navegue em busca de mais informações sobre o que lhe interessou.

Vale ressaltar também que essa promoção deve ser planejada com atenção a comunidade para que essa também sinta-se, junto com suas práticas, valorizada. Não foi encontrado na coleta de dados a participação e importância da comunidade, que é responsável pela realização das manifestações. Deve ainda haver atenção com a divulgação do período de realização dos eventos para que o turista não viaje imaginando que ele pode presenciar essa prática a qualquer momento, foi observado que a maioria dos sites disponibiliza as datas dos principais eventos, a Bahia possui um calendário de eventos do estado, somente no do Pará não foi possível obter essa informação.

Outra questão percebida foi várias fotos despostas pelos sites sem a devida identificação do que se trata, aparentemente são atrativos usados para chamar atenção, criar interesse no turista, mas não há legenda nem possibilidade de clicar nela para obter informações, isso precisa ser corrigido.

Durante o período da pesquisa foram encontrados apenas cinco sites oficiais de promoção turística funcionando na internet, mesmo sendo listado no site do Ministério do Turismo todos os estados do país com suas respectivas secretarias de turismo que são responsáveis pela promoção turística do estado. Ainda durante a pesquisa tiveram sites que foram desativados como é o caso do de Minas Gerais e outros que foram atualizados como o do Amazonas.

Sendo que essas páginas tornam-se o primeiro contato do turista com o lugar, e nesse caso por estarem justamente atrelados as secretarias de turismo de cada estado, passa credibilidade e confiança ao turista que busca conhecer novos destinos ou obter informações, ficando evidente assim sua importância. As secretarias devem se atentar para isso, tanto as melhorias da qualidade de informação quanto na hospitalidade, já que em alguns sites é confusa a navegação, como o do Pará e do Amazonas, nos quais você clica em uma imagem de uma festa para obter mais informações sobre essa e surgem textos falando da cultura de forma geral.

O fato de estarem atrelados as redes sociais da internet traz novas possibilidades, como a de usar os registros dos turistas que visitaram o estado para promoção, o que tem baixo custo, e ainda permite que potências turistas colham depoimentos reais sobre o lugar, que os auxiliam não só a decidir ou não realizar a viagem, mas também a como organiza-la, esses redes sociais tornam-se aliadas da promoção turística *online*.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, D. S.; PAES, T. A.; ANDRADE, P. B. Reflexões Sobre as Identidades-consumo na América Latina Sobre a Ótica da Atividade Turística. **Revista Ambivalências**, v.2, n.3, Jan-Jun/2014, p.218-237.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRETO, M . As ciências sociais aplicadas ao turismo. In. SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M.T.D.P. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo.** Campinas: Papirus, 2000. p. 16 - 36.

BRAGA, D. C.; TAVARES, A. (Org.). *et al*. **Agências de Viagem e Turismo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BRASIL. Secretaria Especial de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2016.

Gastal, S.; MOESCH, M.M. **Turismo políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

MASCARENHAS, R. G. T. **A diversidade gastronômica como fator de identidade cultural nos campos gerais**: potencialidades para o turismo regional. Disponível em:< https://revistas.ufpr.br/geografar/article/view/8529/5961>. Acesso em 03 de maio de 2018.

SILVEIRA, E. S. **Por uma sociologia do turismo**. Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DO MUNICÍPIO DE PROPRIÁ/SE

Dayra Viana Marques[26]
Denio Santos Azevedo[27]

RESUMO

Esta pesquisa apresenta um diagnóstico estratégico do município de Propriá/SE, para desenvolvimento da atividade turística, nesta perspectiva, objetivo é criar um produto turístico competitivo e diversificar para região do Baixo São Francisco Sergipano. Neste sentido, efetuou-se uma análise dos potenciais e atratividades turísticas, para efeito, foram aplicadas técnicas de caráter exploratório-descritivo, métodos qualitativos e roteiro de entrevista com os gestores municipais. A pesquisa discutiu ações estruturantes de reposicionamento e de intervenção das problemáticas socioambiental, cultural, econômica e turística, a partir das ferramentas de análise *SWOT*, plano de ação, indicadores de monitoramento, metas e controle. Por fim, o resultado do estudo foi propor articulação da cadeia produtiva bem como, identificou condições que reforçam a aposta neste setor, para isso o equilíbrio na melhoria da qualidade de vida dos residentes e garantir a satisfação dos consumidos/turistas é fundamental na organização do destino.

Palavras-chave: Desenvolvimento Local. Turismo. Estratégia. Propriá.

ABSTRACT

This research presents a strategic diagnosis of the municipality of Propriá/SE, for the development of tourism activity, in this perspective, the objective is to create a competitive tourism product and diversify to the region of Baixo São Francisco Sergipano. In this sense, an analysis of tourism potential and attractiveness was carried out. exploratory-descriptive techniques, qualitative methods and interviews with municipal managers were applied. The research discussed structuring actions of repositioning and intervention of social, environmental, cultural, economic and tourism problems, from the swot analysis tools, action plan, monitoring indicators, goals and control. Finally, the result of the study was to propose the articulation of the productive chain as well as, identified conditions that reinforce the bet in this sector, for this the balance in the improvement of the quality of life of the residents and to guarantee the satisfaction of the consumed/tourists is fundamental in the organization of the destiny.

Key-words: Local Development. Tourism. Strategy. Propriá.

26Graduada em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Turismo; Especialização em Empreendimentos Turísticos pelo Instituto Federal de Sergipe - IFS.E-mail: dayra.vianna@gmail.com
27 Professor do Departamento de Turismo (UFS/DTur). Doutor em Sociologia pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe- PPGS/UFS.E-mail: denio_azevedo@yahoo.com.br

O turismo é uma atividade que não para de crescer nos últimos anos, impulsionam vários outros setores, por isso é preciso que a haja envolvimento de todos "público e privado" por ausência de projetos e planos, é o que dificulta a ampliação da oferta. Diante da necessidade de ampliar e/ou melhorar a oferta turística local reforça-se a importância do planejamento estratégico, pôr o turismo ser uma das atividades mais complexas exigem medidas mais efetivas de estruturação e desenvolvimento. Sendo assim, o planejamento a ferramenta exata para obtenção de melhores resultados de informações externas e interno sobre o destino turístico, segundo Petrocchi (2002).

Devido a necessidade de melhorar a qualidade da oferta do município de Propriá/SE, esta pesquisa se justiça através do diagnóstico estratégico para o cenário atual, desta forma organizando e fortalecendo conhecendo as ferramentas para aumentar a competitiva transformando a nível social, cultural, ambiental e econômico, sendo assim criando um novo produto turístico e agregar valor para diversificar e estruturar a oferta turística regional. Coriolano (2012, p. 70) afirma que "um novo paradigma para o desenvolvimento que torne a sociedade mais justa e solidária; repense as práticas do consumo; aumente a consciência ecológica, a cidadania e a educação ambiental".

Nesse sentido, seguindo a orientação do Programa de "Regionalização do Turismo, Roteiros do Brasil" para Sergipe, foram estabelecidas algumas diretrizes voltadas para a criação de rotas e roteiros turísticos integrados entre os municípios das regiões do Estado. Segundo dados de Sergipe (2009, p.37) nesses termos, entende-se como **regionalização do turismo**, o "modelo de gestão de política pública, descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação, intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões".

O crescimento do turismo depende de uma série de fatores para chegar a qualidade da oferta turística só alinhando a estratégia e planejamento, criando um espaço geográfico competitivo de forma eficiente para atender à necessidade e desejo do turista. Segundo Rogerson (2014) *apud* Grimm (2017, p.6) "ao abordar sobre esta alternativa de turismo destaca que há evidências crescentes mostrando que o turismo pode transferir benefícios significativos para as economias e comunidades locais".

Neste trabalho apresentaremos as estratégias e ações para alcançar os objetivos que foram traçados oferecendo base sólida através de instrumento metodológico criando condições para desenvolver a pesquisa, e sobretudo desenvolver com estratégias para competitividade do destino.

Logo, torna-se importante a realização de diagnóstico estratégico, já que este corresponde a primeira fase do processo de planejamento estratégico e busca verificar qual é a realidade e cenário em relação a seus aspectos internos e externos. Dessa forma é possível observar em que estágio se encontra e como está inserida e, assim, dessa forma pode-se traçar aonde se quer chegar e definir o processo para se alcançar uma situação deseja, formalizar os planos estratégicos, uma análise profunda do ambiente priorizando os problemas existente.

Este plano de desenvolvimento foi definido na perspectiva de debater as problemáticas existentes para organizar e ampliar a oferta turística na região do Baixo São Francisco no Polo Velho Chico precisamente no município de Propriá devido a sua tradição, diversidade e potencial turístico, assim melhorar o produto através do ordenamento estratégico do destino analisamos fatores relevantes desta atividade tão importante economicamente, pois o turismo atua como fator de desenvolvimento social, cultural, ambiental e econômico.

Sendo assim criando um novo produto turístico e agregar valor para diversificar e estruturar a oferta turística regional. Coriolano (2012, p. 70) afirma que "um novo paradigma para o desenvolvimento que torne a sociedade mais justa e solidária; repense as práticas do consumo; aumente a consciência ecológica, a cidadania e a educação ambiental".

Um produto turístico diferenciado estimula toda a cadeia produtiva através dos serviços que se integram no processo para a satisfação do turista, é importante salientar que o turismo é um produto altamente diferenciado de qualquer outro, pois não é estocável. Então, é preciso compreender o esforço maior de planejar "turismo" a importância de traça estratégias, ir à campo estudar o macro- ambiente que permitirá ter êxito na aplicabilidade do prognóstico da pesquisa, é importante ressaltar que um plano de desenvolvimento turístico de um município, é um processo longo que depende de uma série de informações que tem o início no inventario da oferta turística, pesquisa demanda diagnostico, prognóstico e aplicação de instrumento de roteiro entrevista.

Dessa maneira, a oferta turística bem estrutura qualifica o destino, os atrativos e serviços cria-se um mercado competitivo para o desenvolvimento local os benefícios dessa atividade traz grandes resultados no campo econômico, sem esquecer o fato humano as necessidades e desejos do turística, a decisão de investimentos para o setor deve dispor primeiramente, de um projeto que compreenda o cenário atual, pois o destino está sujeito de várias influencias. É neste ponto que percebe a necessidade de estruturar e diversificar a oferta de atrativos, equipamentos e serviços turísticos no município de Propriá/SE.

Como no turismo nada é estático tudo se transforma. Por esta afirmação é possível afirmar que a pesquisa tem papel fundamental, a ciência contribui para melhorar situação da qualidade dos serviços e equipamentos através da investigação, o presente estudo teve como processo metodológico de métodos e técnicas para recolher informações caráter exploratório-descritivo e qualitativa através da utilização de entrevista com os gestores municipais das secretarias de assistência social e indústria, comercio e turismo que buscou a profundar a pesquisa a partir do tratamento das informações. Contudo para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação (GIL, 2008).

Análise dos dados coletados e releitura de livros, artigos, teses e dissertações. (pesquisa bibliográfica) foi realizado compilação de dados assunto relacionado para formulação de hipótese na linha de pesquisa. De acordo com Trujillo Ferrari (1974), o método científico é um traço característico da ciência, constituindo-se em instrumento básico que ordena, inicialmente, o pensamento em sistemas e traça os procedimentos do cientista ao longo do caminho até atingir o objetivo científico preestabelecido.

Na pesquisa documental é fundamental para compreender o objeto de estudo das fontes primárias, tais como, consulta em diários, projetos de lei, mapas, inventários, informativos, depoimentos orais e escritos, documentos informativos arquivados em repartições públicas, também são considerados como fontes desse tipo de pesquisa.

Segundo Mattar (2005, p. 159), “dados primários são aqueles que ainda não foram antes coletados. Eles são pesquisados com o objetivo de atender às necessidades específicas da pesquisa em andamento”. Por meio, dados primários a elaboração de uma hipótese a análise qualitativa e quantitativo, de caráter descritivo e conclusivo para discutir o problema, as características demográficas, socioeconômicas do município, questionário de opinião e roteiro de entrevista.

Os Dados Secundários é informação que não dispõe de documentos originais correspondem a fontes de informações de terceiros esse método o processado é dividido em cinco etapas: definição do seu problema, planejamento, organização, investigação, coleta, análise dos dados/informações e conclusão a investigação do cenário atual uns dos documentos foi o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Velho Chico – PDITIS, sites oficiais IBGE, governo estadual, prefeitura municipal de Propriá e etc.

Segundo Lakatos e Marconi (2003. p.221) afirma que o desenvolvimento de um caráter interpretativo, refere aos dados obtidos. “Para tal, é relevante correlacionar a pesquisa com o universo teórico, optando-se por um modelo teórico que serve de embasamento à interpretação do significado dos dados e fatos colhidos ou levantados.”

Outro instrumento de investigação o roteiro de entrevista semiestruturado para extrair o máximo de informação dos que estão na gestão pública municipal (secretário de turismo, secretario de cultura, secretario de meio ambiente e prefeito municipal). Na perspectiva de levantar “informações precisas” sobre o cenário atual do município.

Buscar um desenvolvimento responsável é o mais novo paradigma da sociedade do século XXI, preocupados não só com os recursos naturais, mas também com as gerações futuras, assim surge uma sociedade com uma visão ambientalista preocupados com crescimentos desordenados cada vez mais agressivos ao meio ambiente. O significado estratégico é a formação que envolve, consequentemente, a manutenção e organização, para assim ampliar as possibilidades de soluções de conflitos do uso e reversão dos processos atual, para um novo cenário.

O projeto “plano” permitirá potencializar a forma do uso, e a ocupação e o espaço, que sem dúvida a prioridade é utilização de maneira sustentável esse ativo natural, como elemento para o desenvolvimento do turismo estratégico, também manutenção, e para implantação do desenvolvimento da atividade e crescimento da atividade.

Dessa forma, pode-se afirmar que para criar uma sociedade justa, sustentável, o turismo tem papel fundamental para explorar o potencial do território contribuindo com a elevação da qualidade dos serviços para os turistas e a qualidade de vida para o destino. Como referência para aprofundar e criticar as teorias de desenvolvimento o entendimento de Neef (1994) as políticas públicas devem ser reorientando dando suas prioridades para o social para o humano como beneficiário quando se aprofunda na dignidade, pois o modelo de desenvolvimento é essencialmente nas mudanças socioestruturais.

Logo, torna-se importante a realização de diagnóstico estratégico, já que este corresponde a primeira fase do processo de planejamento estratégico e busca verificar qual é a realidade e cenário em relação a seus aspectos internos e externos. Dessa forma é possível observar em que estágio se encontra e como está inserida e, assim, dessa forma pode-se traçar aonde se quer chegar e definir o processo para se alcançar uma situação deseja, formalizar os planos estratégicos, uma análise profunda do ambiente priorizando os problemas existente.

Este plano de desenvolvimento foi definido na perspectiva de debater as problemáticas existentes para organizar e ampliar a oferta turística na região do Baixo São Francisco no Polo Velho Chico precisamente no município de Propriá devido a sua tradição, diversidade e potencial turístico, assim melhorar o produto através do ordenamento estratégico do destino analisamos fatores relevantes desta atividade tão importante economicamente, pois o turismo atua como fator de desenvolvimento social, cultural, ambiental e econômico.

Por isso, antes de transformar um destino em produto turístico devemos analisar o potencial para futura implantação do projeto, verifica-se que o planejamento tem sua importância para desenvolvimento ampliando a oferta, da localidade e gerando maior fluxo turístico e descentralizando atividade. Com de acordo com Ruschmann (1997, p. 84) ressalta que o "planejamento turístico seja fomentado por um órgão público, não há como concebê-lo sem a colaboração da iniciativa privada, que deverá atuar de forma direta ou indireta no desenvolvimento da atividade."

Portanto, podemos resumir que desenvolvimento turístico, traz um comprometimento da sadia qualidade de vida, assim sendo evidenciada, a singularidade da atividade nos parâmetros do planejamento adequado atendendo a cada realidade setor turístico, consequentemente o diagnóstico serve como fonte de inspiração para a reorientação das ações conjunto de instrumentos fundamentais para orientar e promover os rumos da atividade.

Sendo assim, para ampliando e promovendo o crescimento buscando principalmente criar uma rede de atuação e equidade social, consequentemente, a ampliação da oferta de emprego e geração de renda no Polo Velho Chico. Sabe-se que o turismo acontece melhor quando realizado em rede colaborativa, pois compete para uma atuação mais conjunta, diante da falta do planejamento turístico da cidade de Propriá será a implementação de ações que configure um destino competitivo.

Por consequentemente, realizar um diagnóstico estratégico do município de Propriá/SE, compreender a necessidade de reposicionar o destino na oferta turística fomentando o desenvolvimento regional e local. Implementar ações que gerem vantagens competitiva através das técnicas de planejamento promovendo a gestão compartilhada, desta forma transformar realidade atual que por sua vez, criar o produto conforme ações planejadas, organizadas e estruturadas. Portanto, contribuirá para desenvolvimento sustentável e consequentemente alçando os objetivos.

A importância da estratégia é despertar a visão para ações assumir conhecimento e torna-lo aplicável, o objetivo da estratégia é precaver as ameaças que resultará nos produtos e serviços reduzindo os níveis de incertezas de riscos atendendo exatamente as necessidades do destino, compreendendo a oferta e a demanda do mercado elevando as mudanças para futuro desejado.

Desta forma, cria condições de qualificar os produtos e serviços turísticos adequado a produção associada a gestão compartilhada estimulando o turismo integrado, onde a instituições governamentais e não governamentais trabalhem em conjunto para garantir a parceria e sustentabilidade do politico-institucional, elemento essencial para o desenvolvimento competitivo, planejado e sustentável para qualquer destino turístico a análise dos dados em prol do desenvolvimento turísticos.

O plano de desenvolvimento da atividade turística deve considerar como um processo de reorganização para garantir o melhor crescimento sem comprometer os patrimônios naturais, culturais, ambiental e econômico possibilitando o desenvolvimento sustentável da atividade sem prejudicar as gerações futuras o resultado concreto do planejamento turístico do destino é ocorrido através do plano de desenvolvimento deve ter caráter participativo, a comunidade cria uma visão crítica provocando melhoria em todas as instâncias e entidade. Neste processo ocorre avaliações dos resultados, seja através dos relatórios ter processo continuo para tomadas de decisões futuras, faz parte dessas etapas verificar os desafios do planejamento para assegurar o controle e monitoramento dos objetivos do projeto.

Desta forma mais ampla, a organização e planejamento do turismo muitas vezes não é fácil a atividade é complexa, além disso quando falta uma gestão democrática e as políticas públicas para ser efetivas mantém sem crescimento, então só através do planejamento, execução das ações, supervisão do cronograma, fiscalização e controle, gerarão os boletins informativos, e por fim os relatórios mensais e anuais.

Nesse contexto a elaboração da pesquisa foi possível perceber a inexistência ou a falta de ações viessem a participação efetivamente na diminuição desses impactos ambientais. Este é o momento de discutir uma nova forma de uso dos espaços pelo turismo, a atividade turística precisa ser praticada de uma forma sustentável. A implementação da atividade não pode promover degradações na natureza; ao contrário, deve contribuir para sua conservação deve preservar e conservar, os recursos naturais, culturais e ambientais, impulsionado e promovendo ações que sejam, ecologicamente corretas, socialmente justas e economicamente viáveis, utilizando o patrimônio natural e cultural de forma consciente, incentivando a formação de uma

consciência ambientalista, sensibilizados e comprometido com as práticas de educação ambiental e consequentemente motive toda a cadeia produtiva local

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORIOLANO, L. N.; M. T. **A Produção da Imagem dos Lugares Turísticos**. Cabedelo, PB: LABTUR, 2002.

FERNANDES, B. H. R.; BERTON, L. H. **Administração Estratégica**: Da Competência Empreendedora À Avaliação de Desempenho. São Paulo: Saraiva, 2005.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana Andrade de. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**: Metodologia e Planejamento. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

NEEF, M. M. A. Desarrollo **A Escala Humana**. Barcelona: Icaria Editorial. 1994.

PETRCORIOLANIO, Luzia Neide. A Contribuição do Turismo ao Desenvolvimento Local. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni de Farias; QUEIROZ, Odaléia Telles M. M. (Orgs.). **Turismo, Espaço e Estratégias de Desenvolvimento Local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012, p. 61-63.

ROBERSON, C. N. Informal Sector Business Tourism: Africa's Migrant Entrepreneurs, 2014. In: GRIMM, J. I.; SAMPAIO, C. A. C.; GRACIA, M. Estratégia

SERGIPE. SEDETEC/EMSETUR. **Regionalização do Turismo**: Roteiros do Brasil no Estado de Sergipe. 2009.

A HISTÓRIA NO FUTURO: TECNOLOGIA E INOVAÇÃO EM MUSEU DO CENTRO DE ARACAJU-SE

Itala Margareth Ranyol Aben-Athar[28]
Daniella Pereira de Souza Silva[29]

RESUMO

A idéia tradicional de museu que costumeiramente se difundiu foi aquela conhecida por muitos como a que valoriza coleções e acervos que abrigam peças de diferentes épocas. Lara Filho (2009) diz que o museu é um local de contemplação e fruição de prazer e possui compromissos educacionais, sociais que se insere no universo do conhecimento. Nele, o objeto surge como documento, dando suporte aos seus significados e vem se repaginando no sentido de atrair mais visitantes a estes locais de exposições. uma nova forma de repensar os museus tem permitido trazer a experiência do visitante para um novo plano, utilizando-se da inovação e das tecnologias como forma de atração. Esta nova forma de atuação vem contribuindo para o aumento da visitação turística principalmente nos destinos culturais, como é o caso da cidade de Aracaju principalmente por concentrar no centro histórico da capital, o maior número de patrimônios edificados existentes, que remontam ao século XIX e em cujo perímetro encontram-se abrigados alguns museus. Fazem parte desse contexto museus tradicionais como o Palácio Museu Olímpio Campos, o Memorial do Artista Sergipana, o Museu Prefeito Viana de Assis e o Museu da Gente Sergipana, sendo este último um museu tecnológico e interativo. Este estudo pretende compreender a importância do uso das tecnologias no Museu da Gente Sergipana, e as múltiplas possibilidades decorrentes da interação e da inovação propostas como forma de incrementar o fluxo turístico nesse espaço, utilizando-se como base de comparação os museus que expõem seu acervo de forma tradicional. A metodologia foi baseada em levantamento bibliográfico, entrevistas informais com gestores dos museus e turistas, especificamente nos meses de dezembro 2018 e janeiro 2019. Como resultado, a pesquisa concluiu que a tecnologia existente no Museu da Gente Sergipana, não é o único motivo pelo qual este seja o mais visitado, mas também muitos outros motivos contribuem como, o fato de possuir, apoio financeiro de instituição bancária estatal, estar aberto mais dias e horários que os demais, infraestrutura confortável em termos de serviço e acessibilidade e possuir estacionamento próprio para veículos de pequeno e grande porte.

Palavras-chave: Museus. Tradicionalidade. Tecnologia.

ABSTRACT

The traditional idea of a museum that has usually spread was known to many as the one that values collections and collections that house pieces from different eras. Lara Filho (2009) says that the museum is a place of contemplation and enjoyment of pleasure and has educational, social commitments that are inserted in the universe of knowledge. In it, the object appears as a document, giving support to its meanings and has been repaginating in order to attract more visitors to these places of exhibitions. a new way of rethinking museums has allowed us to bring the visitor's experience into a new plan, using innovation and technologies as a form of attraction. This new form of action has contributed to increase tourist visits, especially in cultural destinations, such as the city of Aracaju, mainly because it concentrates in the historic center of the capital, the largest number of existing buildings, dating back to the 19th century and whose perimeter is sheltered some museums. Traditional museums such as the Palácio Olímpio Campos Palace, the Sergipana Artist's Memorial, the Viana de Assis Mayor Museum and the Sergipe Folk Museum are all part of this context, the latter being a technological and interactive museum. This study intends to understand the importance of the use of the technologies in the Museum of Sergipe People, and the multiple possibilities arising from the interaction and the innovation proposed as a way to increase the tourist flow in this space, using as a basis of comparison the museums that expose its collection traditionally. The methodology was based on a bibliographical survey, informal interviews with managers of museums and tourists, specifically in the months of December 2018 and January 2019. As a result, the research concluded that the existing technology in the Museu da Gente Sergipana is not the only reason why this is the most visited, but also many other reasons contribute, such as having financial support from a state bank, be open more days and times than others, comfortable infrastructure in terms of service and accessibility and own parking for vehicles of small and large size.

Keywords: Museums. Traditionality. Technology.

[28] Mestranda em Turismo pelo IFS; Turismóloga pela UNIT; Especialização em Planejamento do Turismo Polo Costa dos Coqueirais-UFS; Especialização em Consultor SGI pela FSLF; Especialização em Gestão e Educação Ambiental- FJAV; Membro do PLANTUR - Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento/UFS Guia de Turismo -SENAC-SE.Italameg@hotmail.com

[29] Doutorado em Geografia (PPGEO/UFS), Professora Doutora do Departamento de Turismo (DTUR/UFS). Líder do PLANTUR – Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento. E-mail: daniellapss@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A palavra museu origina-se na Grécia Antiga. *Mouseion,* denominava o templo das nove musas, ligadas a diferentes ramos das artes e das ciências. Esses locais, a princípio, não eram destinados à contemplação humana e sim a estudos científicos, à literatura e às artes. Mas ao longo dessa trajetória, o museu adquiriu novos significados que vêm se tornando expressivos nos dias atuais. A Europa influenciou no modelo tradicional de exposição dos museus brasileiros que se inspirou em igual formato para sua estrutura de representação, a exemplo da existência da coleção, a exposição pública desse acervo, a presença do público, com o intuito de reconstruir, através do imaginário, ideias de momentos históricos, etc.

Hoje, a museologia moderna permite trazer a experiência para um novo plano, onde o visitante pode ser partícipe, através dos dispositivos interativos encontrados dentro dos espaços dos museus. Essa nova proposta passa a ser vista a partir de um fenômeno global, que incentiva os variados meios de comunicação a interagirem com os indivíduos da sociedade em um processo de difusão informacional.

Dessa forma, percebe-se que cada vez mais a relação museu-público está se tornando uma temática constante em diferentes discussões, visando evidenciar a abrangência das ações promovidas pelo espaço museal, inclusive aquelas voltadas para o turismo.

Assim sendo, este estudo pretende compreender a importância do uso das tecnologias no Museu da Gente Sergipana, localizado no centro histórico de Aracaju e as múltiplas possibilidades decorrentes da interação e da inovação propostas como forma de incrementar o fluxo turístico nesse espaço, utilizando-se como base de comparação os museus que expõem seu acervo de forma tradicional, para buscar entender a atratividade exercida pela tecnologia frente ao visitante.

A metodologia utilizada partiu de um levantamento bibliográfico e documental seguido por pesquisa qualitativa de caráter exploratório, na qual foi adotada a técnica de entrevistas informais com gestores dos museus e visitantes, buscando compreender melhor o impacto desse modelo de exposição nas motivações dos envolvidos, visando sempre uma interação entre o pesquisador e o entrevistado. Essa técnica de coleta de dados visa explorar o ambiente a ser estudado, descrever a sua comunidade, compreender os seus processos e identificar os seus problemas (LAKATOS, 2010). Também procurou-se conhecer os museus da cidade que apresentam uma lógica de exposição tradicional do seu acervo, e outro que conseguiu incorporar a tecnologia, trazendo inovação e possibilitando maior interação do acervo com os

visitantes, com o objetivo de entender o impacto das duas modalidades de apresentação e mensurar a impressão refletida no quantitativo de visitação nesses locais, identificando os de maior e de menor fluxo. A pesquisa foi realizada nos meses de dezembro 2018 e janeiro 2019, considerados como alta temporada turística na cidade.

Especificamente, buscou-se identificar os museus que se localizam na área do centro histórico de Aracaju; classifica-los em razão das formas de exposição do acervo e discutir seu poder de atratividade. Importante salientar que na área escolhida para esse estudo, podemos encontrar outros museus de igual importância histórica e social, porém, o foco desse estudo foi buscar somente os museus mais visitados pelo turista em Aracaju. São eles: Museu da Gente Sergipana, Palácio Museu Olímpio Campos, Memorial do Artista Sergipano e o Museu Prefeito Viana de Assis instalado no Centro Cultural de Aracaju.

DESENVOLVIMENTO

História e cultura sempre estiveram presentes na escolha dos turistas ao optarem por conhecer um novo destino. Essas motivações formam um conjunto de elementos expressivos e representativos para a valorização da identidade cultural, pois é esperado que o visitante se envolva com os aspectos culturais, transformando essa vivência em experiência no destino escolhido.

Nas sociedades contemporâneas, a ciência e a tecnologia ocupam uma centralidade cada vez maior nas experiências vividas, no cotidiano e nos diversos modos de relacionamento entre as pessoas. Essas inovações interagem junto às ciências sociais, éticas, políticas e ideológicas dos processos de formação mútua da cultura, da tecnologia e das identidades. Segundo Machado e Brandão (2011), essa discussão permeia áreas interdisciplinares, e emerge através das novas formas de cidadania, e as diferentes formas de conhecimento produzidas a partir dos objetos e das tecnologias.

Apesar de o turismo reconhecer a importância da cultura para a consolidação de novos produtos, o desafio maior é fazer com que a motivação do visitante não esteja somente no atrativo e que a troca de experiência seja representativa, fazendo com que ele retorne outras vezes ao destino. Segundo o MTur (2006, p. 10)

> O turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

De acordo com o PDITS (2013, p.11), a capital Aracaju se destaca como centro receptivo se diferenciando por ter a maior oferta turística do Estado, também no segmento de turismo cultural. As melhorias do programa foram refletidas em todo o estado de Sergipe, tornando a capital Aracaju um importante destino indutor do turismo. Uma das discussões mais importantes no contexto dos destinos indutores é a infraestrutura local, já que a infraestrutura é de extrema importância para o desenvolvimento turístico de uma localidade (MTUR, 2008).

As cidades, principalmente as consideradas turísticas, apresentam um leque de atrações existentes para serem contempladas e vividas por moradores e visitantes. O patrimônio histórico e cultural da cidade de Aracaju apresenta várias edificações que remetem ao inicio de Aracaju, entre as quais se destacam os museus e memoriais, como guardadores da cultura desta sociedade. De acordo com a Conferência Geral da UNESCO[30] (2015) museu se define como uma

> Instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite.

As instituições museológicas brasileiras estão se adaptando cada vez mais a novos modelos de exposições tecnológicas. De acordo com Moutinho (1989, p. 102) "não foi a Museologia Tradicional que evoluiu para uma Nova Museologia, mas sim a transformação da sociedade que levou à mudança dos parâmetros da Museologia".

Atualmente, um dos desafios da museologia é fortalecer a comunicação com o seu público. A característica de disposição das exposições tradicionais em espaços fechados, como forma de preservar e salvaguardar um patrimônio, vem se alterando com muita velocidade e novos conceitos estão surgindo por meio da interação dos públicos nos museus e com os objetos por meio das tecnologias. Varine (1992, p. 52) afirma que "é no contato sensorial entre o homem e o objeto que o museu encontra a sua justificação e por vezes a sua necessidade".

As limitações financeiras promovem mudanças de atitude dentro da gestão dos museus no Brasil no que diz respeito aos recursos financeiros destinados para todos os museus, sejam eles públicos ou privados. Assim, resta aos museus se reinventarem no sentido de atrair mais público como forma de manter suas estruturas em funcionamento e disseminar suas propostas para a população. No caso da cidade de Aracaju o Palácio Museu Olímpio Campos é mantido pela Casa Civil, o Museu da Gente Sergipana, administrado e mantido pelo Instituto BANESE- Banco

[30] Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) foi criada em 16 de novembro de 1945, logo após a Segunda Guerra Mundial, com o objetivo de garantir a paz por meio da cooperação intelectual entre as nações.

do Estado de Sergipe, Museu do Artista Sergipano e o Centro Cultural de Aracaju é administrado pela Prefeitura de Aracaju e todos promovem acesso gratuito ao público.

Neste perímetro, encontramos o Palácio Museu Olímpio Campos, instalado em um prédio do século XIV, construído para ser a residência oficial dos governadores de Sergipe. O prédio chama atenção pela suntuosa arquitetura onde reinava a monarquia nas terras de Sergipe D'el Rey. No ano de 2010 foi aberto à visitação pública na condição de museu. Composto por um acervo que se volta à história politica e cultural da República de Sergipe, o Palácio Museu apresenta sua etnografia de forma tradicional, na qual o contato do visitante com a história pode ocorrer por meio de exposições convencionais, utilizando-se do imaginário através do olhar sobre a pintura, mobiliário e a arte exposta nos painéis internos que retratam, dentre outros, a pujança econômica do estado, além de promover eventos, exposições fotográficas, mostras para a comunidade, dentre outras atividades culturais. Apesar de ser um museu tradicional, na forma de exposição, o museu pode ser visitado pelo site (http://www.palacioolimpiocampos.se.gov.br/site/tour360.html), onde é possível visualizar algumas das salas existentes. O museu está aberto da terça a sexta-feira das 10h00 às 17h00 e aos sábados das 08h00 às 13h00. Segundo o diretor, Sr. Romário Portugal, "existe muito a ser feito" em termos de projetos para melhorias das atividades do Palácio Museu, inclusive, no que diz respeito ao aumento do fluxo de visitação que hoje mensalmente estima-se em 1.000 pessoas. O diretor acredita que a inserção das tecnologias possa melhorar esse quantitativo e aproximar ainda mais o publico. Para que isso aconteça, os projetos necessitam ser aprovados pela Casa Civil que é o seu mantenedor.

O Museu da Gente Sergipana nasceu em 2011, com uma perspectiva inovadora no campo da museologia sergipana. A proposta foi inspirada nos museus da Língua Portuguesa, em São Paulo, e no museu do Futebol, no Rio de Janeiro ambos inserem a tecnologia como forma de aproximar o público com o universo existente em suas exposições. É o primeiro museu multimídia, do Norte e Nordeste voltado para expor a cultura material e imaterial do Estado de Sergipe. Mantido pelo Banco do Estado de Sergipe (BANESE) em parceria com o Governo do Estado, que investe de forma agressiva em sua divulgação chamando a atenção dos seus administradores para investirem cada vez mais em suas exposições. O museu é considerado como marco histórico em seu segmento no estado Para o turismo, o museu representa um importante atrativo, devido ao fluxo estimado em 7.000 visitantes ao mês. Segundo o seu administrador, Sr. Romero Crispim, esse número sobe na alta temporada, ou seja, nos meses de junho e julho, dezembro, janeiro e fevereiro. Para o gestor, o sucesso de público se deve à forma de apresentação dos seus espaços que aliam cultura, interatividade, diversão, tecnologia e

exposições temporárias com eventos marcantes da cultura local e que têm rendido ao museu alguns prêmios, entre eles, a condecoração de com o prêmio Rodrigo de Melo Franco Andrade na categoria "Responsabilidade Social" e ter ingressado em 2014 como um dos 10 melhores museus do Brasil, segundo o *site TripAdvisor*[31]. Vale ressaltar que esse museu faz parte do roteiro pedagógico de diversas escolas tanto de Sergipe, como aquelas vindas de outros estados da federação. O museu está aberto de terça a sexta-feira das 10h00 às 16h00, sábado, domingo e feriado de 10h00 às 15h00.

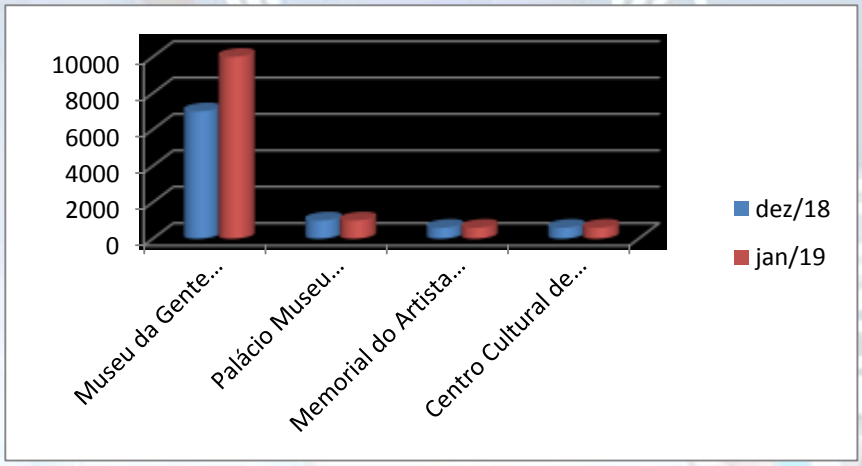
A visita ao Memorial do Artista Sergipano, localizado na Rua do Turista é parada obrigatória para conhecer o artesanato local e uma das joias da casa, que é a Renda Irlandesa, reconhecida como Patrimônio Cultural do Brasil desde 2009. A riqueza do artesanato sergipano também é demonstrada em variadas outras peças de bordados exclusivamente feitos à mão por bordadeiras, hoje em número reduzido. Além dessas joias sergipanas, tem-se o artesanato sacro feito à mão em madeira de lei pelos santeiros, bem como as peças em argila e em palha. De acordo com dados fornecidos pela diretora do memorial Srª. Léa Duarte, a média mensal é de 600 visitantes e segundo a mesma, o espaço pode ser visitado pelo *site* (https://www.tripadvisor.com.br/), O espaço não possui tecnologia interativa para o visitante, expondo o seu acervo de maneira convencional com o auxílio de monitoria. O museu está aberto de terça a sexta-feira das 09h00 às 12h30min e das 13h30min às 17h30min.

O Centro Cultural de Aracaju, instalado no antigo prédio da Alfândega, é uma construção do século XIX. Trata-se de um local destinado a preservar a cultura do povo aracajuano. Sua estrutura é mantida pela prefeitura sendo composta por ambientes destinados à divulgação cultural através das artes, da música e da dança. O centro cultural procura acompanhar a evolução dos saberes e fazeres da comunidade aliado a projetos culturais em parceria com a Fundação Cidade de Aracaju, sempre em busca da valorização dos artistas locais. O prédio abriga a sala do Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis, onde é possível conhecer as figuras ilustres do poder executivo municipal. A ludicidade também faz parte do acervo e está representada nas brincadeiras de crianças que trazem nostalgia aos visitantes. O Centro Cultural pode ser visitado através do *site* (https://www.aracaju.se.gov.br)., e está aberto à visitação de terça a domingo das 08h00 às 17h00. Segundo a administradora do museu, Sra. Cristine, o centro recebe uma média mensal de 600 visitantes entre turistas e moradores.

[31] Maiores informações acerca destas e outras premiações do museu podem ser buscadas através do site: http://www.museudagentesergipana.com.br/.

Esta pesquisa identificou que no geral, os museus são dotados de importante poder de atratividade cultural, em função do propósito para o qual foram idealizados. Contudo, um deles se destaca em termos de visitação, conforme demonstra o Gráfico 1 abaixo.

GRÁFICO 1: FLUXO DE VISITANTES AOS MUSEUS DO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU



Fonte: A autora, 2019.

De acordo com o gráfico, o Museu da Gente Sergipana se destaca entre os demais na atração de visitantes devido não só à tecnologia e a inovação nele empregado, mas também pelo fato de permanecer aberto mais dias e horários; possuir financiamento de banco estatal atuante e sua infraestrutura de apoio possuir estacionamento próprio inclusive para ônibus.

Vale ressaltar que este museu já foi concebido para a finalidade tecnológica enquanto os demais permanecem no formato mais tradicional de exposição do próprio acervo, embora tenham propostas distintas em termos de conteúdo. Os gestores dos museus tradicionais afirmam que para acompanhar essa inovação tecnológica em suas formas de apresentação, requer investimentos dos seus mantenedores, o que aparentemente ainda não tem previsão para acontecer embora já existam projetos neste sentido.

CONCLUSÃO

As primeiras análises mostram que os museus do centro histórico de Aracaju se apresentam de forma multíplice, tanto no seu conteúdo quanto na sua apresentação e, as particularidades presentes na oferta do acervo dos museus impactam distintamente na percepção dos visitantes pois de acordo com relatos colhidos informalmente, os visitantes mostraram satisfação em conhecer os acervos tanto dos museus tradicionais quanto do Museu da Gente Sergipana com a sua abordagem tecnológica e concordam que a proposta educacional se percebe nos dois formatos.

Por fim, ficou claro que ao adotarem diversificadas propostas educativas e independente dos projetos de cada instituição, o objetivo dos gestores é garantir a atenção das pessoas e chamá-las a participar da construção da história, uma vez que estas fazem parte do contexto ali exposto, e isso faz com que elas se sintam incentivadas a permanecerem como agentes nesse. Esta postura ajuda a propagar a cultura popular através dos olhares atentos e descontraídos dos visitantes destes espaços de memória.

REFERENCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural:** orientações básicas / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/tu000019.pdf>. Acesso em 25.11.2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** – Relatório Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo (MTur). **Polo Costa dos Coqueirais**, Revisão do plano de integrado de turismo sustentável, vol. II, versão final do PDITS, 2013 Disponivel em < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/SERGIPE/PDITS_POLO_COSTA_DOS_COQUEIRAIS.pdf> Acesso em 09.11.2018.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica/** Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos- 7. ed.- São Paulo: Atlas, 2010.

LARA FILHO, Durval de. Museum, object and information. **Transinformação**, v. 21, n. 2, p. 163-170, 2009.. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/tinf/v21n2/06.pdf>. Acesso e, 28.01.2019.

MACHADO, Helena; BRANDÃO, Ana. **Introdução. Configurações**. Revista de sociologia, n. 8, p. 7-10, 2011. file:///C:/Users/Samsung/Downloads/configuracoes-843.pdf>. Acesso em 28.01.2019.

MOUTINHO, Mario Canova. **A construção do objecto museológico.** Lisboa, Cadernos de Sociomuseologia, nº1, ULHT, 1994.

SILVA, Joab Almeida; SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. **Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju**. Revista de Turismo Contemporâneo, v. 3, n. 2, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/viewFile/6887/6147>. Acesso em 08.12.2018.

VARINE, Hugues de **"Le musée au service de l'homme et du developpement"** (1969), in Vagues: une anthologie de la nouvelle museologie, Paris, Éditions W/MNES, pp.4968, 1992.

MUSEOLOGIA TRADICIONAL X TECNOLÓGICA: A DISPARIDADE ENQUANTO ATRATIVO CULTURAL

Aline Andrade Santos[32]
Itala Margareth Ranyol Aben-Athar[33]

RESUMO

O presente artigo se propõe a fazer uma reflexão teórica, acerca do conceito e das particularidades presentes na oferta do acervo dos museus, que impactam distintamente na percepção dos visitantes, considerando o Museu de Arqueologia de Xingó (MAX), em Canindé de São Francisco-Se, e o Museu da Gente Sergipana, em Aracaju-Se, como objetos de estudo. Esta análise busca comparar a proposta presente nas formas de disposição e apresentação dos elementos constituintes desses acervos, onde o contato do visitante com a história ocorre por meio de exposições convencionais, através do olhar sobre a peça exposta, e exposições sensoriais, modelo adotado pelo MAX, na qual captamos as informações através dos sentidos. Temos, também, disponíveis no Museu da Gente Sergipana, vários dispositivos de tecnologia e interatividade, que promovem o resgate da cultura sergipana de forma lúdica e inovadora. O referido estudo tem como objetivo geral: realizar uma análise comparativa entre as formas de exposição existentes nessas unidades, a fim de verificar o grau de atratividade de cada uma delas. Especificamente, buscou-se: definir as unidades museais a serem analisadas; elencar diferenças existentes em cada proposta de exposição adotada pelos museus; verificar o que cada um representa enquanto atrativo turístico; abordar a representatividade dessas instituições frente ao resgate e manutenção da cultura sergipana. A investigação se deu por meio de pesquisa documental e bibliográfica, baseando-se em artigos, revistas e fontes próprias das instituições, assim como visita *in loco e* pesquisa de caráter exploratório com aplicação de questionários. Independentemente da forma de disponibilização dos objetos nos espaços dos museus, conclui-se que as experiências vivenciadas pelos visitantes se assemelham na transmissão do conhecimento a respeito da cultura ali representada. Apesar da disparidade entre os seus acervos, os museus possuem a mesma função difusora das memórias de um povo.

Palavras-chave: Museus. Cultura sergipana. Acervo. Turismo cultural.

ABSTRACT

The present article proposes to make a theoretical reflection about the concept and the peculiarities present in the offer of the museum collection, which have a distinct impact on the visitors' perception, considering the Museum of Archeology of Xingó (MAX) in Canindé de São Francisco- Se, and the Museu da Gente Sergipana, in Aracaju-Se, as objects of study. This analysis seeks to compare the present proposal in the forms of layout and presentation of the constituent elements of these collections, where the contact of the visitor with the story occurs through conventional expositions, through the look on the exposed piece, and sensorial exhibitions, a model adopted by the MAX , in which we capture information through the senses. We also have available in the Sergipe Folk Museum various technology and interactivity devices that promote the rescue of Sergipe culture in a playful and innovative way. The general objective of this study is to carry out a comparative analysis of the existing forms of exposure in these units in order to verify the attractiveness of each of them. Specifically, we sought to: define the museum units to be analyzed; to indicate differences in each exposure proposal adopted by museums; check what each one represents as a tourist attraction; to approach the representativeness of these institutions in the face of the rescue and maintenance of the Sergipe culture. The research was done through documentary and bibliographic research, based on articles, journals and sources of the institutions, as well as on-site visit and exploratory research with the application of questionnaires. Regardless of the way objects are made available in museum spaces, it is concluded that the experiences experienced by the visitors are similar in the transmission of knowledge about the culture represented there. Despite the disparity between their collections, museums have the same diffusing function of the memories of a people.

Keywords: Museums. Sergipe culture. Collection. Cultural tourism.

[32] Aluna do Mestrado Profissional em Turismo-IFS; Tecnóloga em Gestão de Turismo-IFS (2017). aline.andsantos@hotmail.com;
[33] Aluna do Mestrado Profissional em Turismo-IFS; Turismóloga pela UNIT; Especialista em Planejamento do Turismo Polo Costa dos Coqueirais/UFS; Especialista em Gestão e Educação Ambiental/FJAV; Especialista em Consultor SGI/FSLF; Membro do PLANTUR - Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento/UFS. italameg@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

A palavra museu origina-se do grego - mouseion, que representa o local de preservação de objetos e artefatos representativos da cultura de um povo. Essa cultura material, diretamente associada ao Patrimônio Histórico, nos relata não apenas objetos produzidos pela inteligência humana, mas partes importantes do seu cotidiano.

Existem inúmeros museus ao redor do planeta, com características distintas entre si, criados, não só nos padrões tradicionais que resguardam arte, arqueologia e história, como em muitos outros, como a ciência, a tecnologia, à etnografia e à antropologia, passando por várias temáticas relacionadas com as mais diversas atividades humanas.

Atualmente, os museus configuram-se como importante atrativo turístico de determinada localidade, sobretudo àquelas que despontam no segmento de Turismo Cultural, definido pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2012d) como "as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura", uma vez que o turismo, um fenômeno recente e dinâmico, é uma das atividades que mais se apropria desses espaços incorporando-os à oferta turística de um destino, pois configuram-se como elemento indispensável em roteiros turísticos.

A interação entre instituição e público fortalece a imersão nos museus por meio de recursos tecnológicos e passa a ideia ao visitante de unidade com a exposição, fazendo-o sentir-se parte do cenário visitado.

Este artigo busca comparar a proposta presente nas formas de disposição e apresentação dos elementos constituintes desses acervos, onde o contato do visitante com a história ocorre por meio de exposições convencionais, através do olhar sobre a peça exposta, e exposições interativas.

O objetivo principal deste estudo foi analisar se a tecnologia funciona como diferencial e como forma de atração de turistas na visitação a um museu. Para tal análise foi aplicada uma metodologia de pesquisa de caráter exploratório qualitativo, com referencial documental bibliográfico e uso de entrevistas semiestruturadas.

REFERENCIAL TEÓRICO

O museu, enquanto instituição, encontra-se em um momento de mudanças e transformações no modo de representar suas exposições e coleções. As novas práticas museológicas apontam para a responsabilidade com seu uso em benefício da cidadania e da construção de identidades culturais, valorizando a própria história humana e difundindo-se para as gerações futuras.

No tocante ao turismo, esses espaços culturais criados pelo homem representam a possibilidade de os visitantes vivenciarem novas experiências fora de seu ambiente rotineiro, através do convívio com a cultura do destino escolhido. Para Beni (2001, p. 86),

> Os recursos turísticos culturais são, pois, os produtos diretos das manifestações culturais. [...] não existe uma cultura apenas – já que cultura pode ser entendida como conjunto de crenças, valores e técnicas para lidar com o meio ambiente, compartilhado entre os contemporâneos e transmitido de geração em geração [...].

São muitos os desafios dos gestores desses museus, como: aumentar o número de visitantes, atrair novos grupos sociais e fidelizar os frequentadores. Para isso, contam com estratégias e recursos buscando atingir esses objetivos e fazem esforços significativos para se incluir na vida das pessoas, paralelamente à relevância então dada à conservação e estudo das coleções.

Esse campo da cultura, a museologia, possui relação direta com a comunicação. Por meio das exposições, são utilizadas diferentes linguagens traduzidas sob a forma de sons, textos, imagens, sentidos, entre outros. A disposição desses elementos tem o intuito de atrair a atenção dos visitantes para o conteúdo cultural apresentado.

O museu tradicional, na contemporaneidade, precisa estar preparado para intermediar a busca do seu público e para qual tipo de olhar direcioná-los num mundo já saturado de imagens.

PERCURSO METODOLÓGICO

Pesquisa, de caráter exploratório e qualitativo, com referencial documental bibliográfico que, segundo Severino (2007, p. 122), "utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados".

De acordo com a sua natureza, trata-se de uma pesquisa qualitativa, que se define pelo levantamento de dados sobre o objeto ao qual se pesquisa, a fim de entender as motivações dos indivíduos para utilizá-lo. Segundo Dencker (1998, p. 106) "nos projetos de pesquisa qualitativa

deverão constar todas as informações que puderem ser antecipadas". Dessa forma, permite-se aprofundar todo o conhecimento sobre o objeto a ser pesquisado no intuito de um melhor aproveitamento do mesmo. Em relação às características desta pesquisa, a autora destaca a objetivação dos fenômenos e o respeito ao caráter interativo entre os objetivos almejados; orientações teóricas adotadas e seus dados empíricos; busca criteriosa de resultados, tendo em vista que sejam os mais fidedignos possíveis.

Utilizou-se como recurso de obtenção de dados, um roteiro de entrevista com perguntas semiestruturadas, flexíveis e abertas, visando sempre uma interação entre o pesquisador e o entrevistado. Essa técnica de coleta de dados visa explorar o ambiente a ser estudado, descrever a sua comunidade, compreender os seus processos e identificar os seus problemas (LAKATOS, 2010).

Os dados aqui apresentados referem-se aos resultados da pesquisa de caráter exploratório, que teve como instrumento principal para sua concretização, a aplicação de questionários aos frequentadores dos museus.

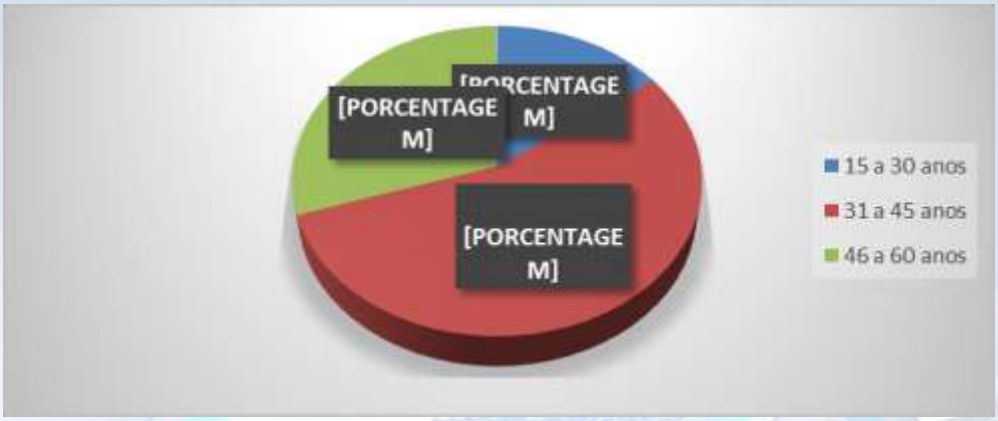
RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa consistiu de um questionário composto por perguntas, abertas e flexíveis, voltadas a conhecer a percepção do visitante sobre as instalações, disposição dos acervos e a infraestrutura dos museus objetos desse estudo, Museu da Gente Sergipana e Museu de Arqueologia de Xingó. Realizada em 02 dias aleatórios no mês de dezembro de 2018, com participação voluntária, permitiu interpretar, dentre outras coisas, o perfil do seu público.

A análise foi feita com base em respostas dos pesquisados de ambos os espaços e, para preservar a identidade dos entrevistados, suas falas foram classificadas em participante 1, participante 2, etc., totalizando 20 entrevistas realizadas. A maioria dos pesquisados informou possuir nível superior completo ou em curso

Em relação à faixa etária dos participantes, pode-se dizer que foi muito diversificada, compreendendo pessoas dos 15 aos 60 anos de idade (Gráfico 01).

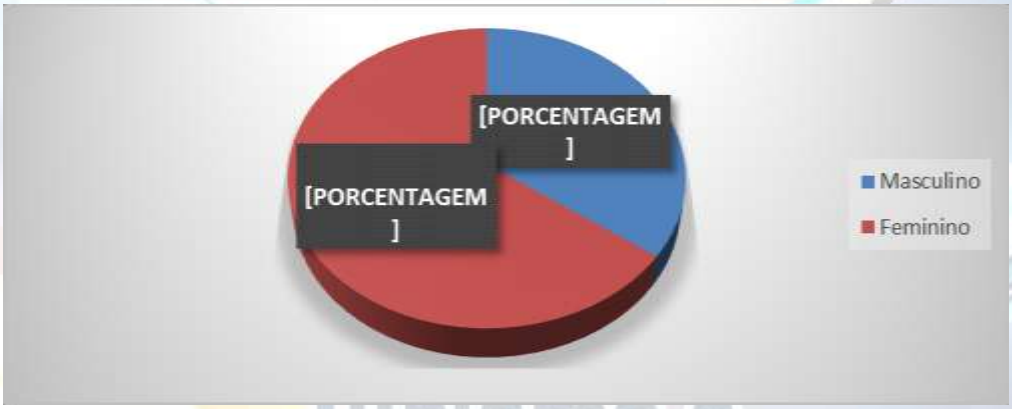
GRÁFICO 01- FAIXA ETÁRIA



Fonte: As autoras, 2018.

Quanto ao gênero dos entrevistados, houve uma presença expressiva das mulheres em comparação ao número de homens respondentes (Gráfico 02).

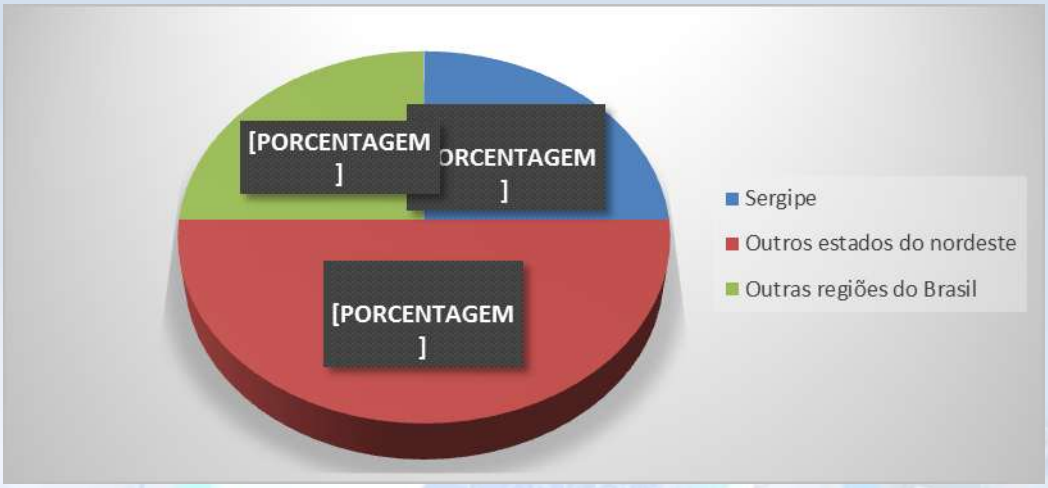
GRÁFICO 02- GÊNERO



Fonte: As autoras, 2018.

Notou-se que grande parte dos entrevistados é oriunda de estados do nordeste, como Bahia, Alagoas, Paraíba e Maranhão. Os residentes em Sergipe empatam, em quantidade, com visitantes advindos de outras regiões da federação (Gráfico 03).

GRÁFICO 03-LOCAL DE DOMICÍLIO



Fonte: As autoras, 2018.

O tema central da pesquisa é o grau de atratividade exercida em cada uma das unidades museais. Assim, buscou-se saber se a tecnologia é fator importante e se facilita o entendimento do tema proposto:

Museu da Gente Sergipana- "Sim, facilita bastante a compreensão, principalmente no que diz respeito a cultura local onde podemos visualizar o vestuário utilizado nas festividades, a parte referente as iguarias típicas é muito interessante assim visualizamos o que o sergipano gosta de pôr na sua mesa" (PARTICIPANTE 01, 2018).

M.A.X.- Não identificamos o uso de tecnologia no MAX. Achei muito interessante porque também a forma de visitação permite o contato com a peça. Imagina segurar um artefato de mais de 3 mil anos, é com certeza uma experiência ímpar. Valeu muito a pena ter vindo" (PARTICIPANTE 10, 2018).

Ainda que os avanços tecnológicos estejam presentes nos museus, há uma ideia de que esses locais abrigam exposições com objetos antigos e em desuso, sobretudo para os mais jovens que acreditam que a visitação é monótona. A isso, responderam:

Museu da Gente Sergipana- *"Não. Nesse museu temos oportunidade de participar de todas as experiências. É muito divertido"* (PARTICIPANTE 02, 2018).

M.A.X.- *"Entendo que a partir do passado que ali está, podemos compreender as diversas formas de culturas existente"* (PARTICIPANTE 01, 2018).

Complementando a questão anterior, perguntou-se de que forma se dá a interação entre visitante e acervo nesses museus:

Museu da Gente Sergipana- "Através da tecnologia e a monitoria. É muito fácil conhecer a cultura do lugar através do ambiente virtual. É mais atraente, principalmente pras novas gerações" (PARTICIPANTE 03, 2018).

M.A.X.- "Por meio da leitura nos painéis informativos, acompanhamento dos profissionais do museu que explicam as coisas pra gente" (PARTICIPANTE 07, 2018).

Em relação à arquitetura, é interessante saber se o acervo contrasta com a mescla de estilos e isso pode ser considerado um diferencial, tornando-se um atrativo para a visitação?

Museu da Gente Sergipana- "O prédio chama atenção pelo estilo arquitetônico e espera-se a primeira vista, encontrar um museu com peças antigas e não se imagina encontrar lá dentro tecnologia contrastando com a arquitetura" (PARTICIPANTE 07, 2018).

M.A.X.- "Sim por que o prédio do museu apresenta uma arquitetura moderna é climatizado e fica no meio do sertão, Quando nos deparamos com a infraestrutura não se imagina um acervo existente de mais de 9000 anos neste local. Este é um diferencial que deve ser levado em conta para a visitação" (PARTICIPANTE 05, 2018).

A linguagem é de suma importância na relação do museu com o público que o visita. Assim, investigou-se se a temática expressa nos referidos museus funciona de forma clara e objetiva no que se refere à história ali exposta?

Museu da Gente Sergipana- "Sim. Achei curioso as palavras do vocabulário que conheci aqui e fiquei impressionada como o patrimônio de Sergipe é rico. É uma riqueza que foi muito bem exposta nesse museu de fácil compreensão" (PARTICIPANTE 10, 2018).

M.A.X.- "Sim, mas acho que falta um pouco de atualidade na forma de apresentação das peças. Por exemplo, se uma pessoa olhar uma peça não sabe a sua história, tem de ter sempre alguém do museu pra explicar e eu gosto de ser independente e passear pelos museus e entender tudo de maneira autônoma" (PARTICIPANTE 06, 2018).

As crianças e os adolescentes, por estarem familiarizados com a tecnologia, que lhes permite participar da exposição de forma ativa, tornando-as também parte da obra, têm suas expectativas satisfeitas em ambos estilos de exposição?

Museu da Gente Sergipana- "Sim, é um museu para todas as idades, até porque o mundo está se transformando e a cada dia que passa o avanço das tecnologias conquistam a atenção das pessoas" (PARTICIPANTE 09, 2018).

MAX- "Mesmo sem a presença da tecnologia, o MAX encanta pela história do povo que habitou naquelas terras. É impressionante conhecer a sua cultura saber que depois de 9mil anos pegar uma desses artefatos nos permitem imaginar como viveríamos com a tecnologia utilizada por eles no passado" (PARTICIPANTE 08, 2018).

Com base no resultado da análise das entrevistas, pode–se dizer que os visitantes que se dispuseram a conhecer os museus supracitados, sentiram-se satisfeitos com as formas de exposição de ambos. Cada um com suas peculiaridades, o que faz com que essa disparidade sirva de atrativo para esses polos de disseminação e manutenção da cultura. Contudo, o fluxo de visitação é maior no Museu da Gente Sergipana, mas não se pode afirmar se isso se deve à forma de exposição do acervo ou por motivos outros, como a distância do Museu de Arqueologia de Xingó a Aracaju, porta de entrada do estado (Gráfico 04).

GRÁFICO 04- FLUXO DE VISITAÇÃO - DEZEMBRO/2018



Fonte: As autoras, 2019, com base em dados estatísticos fornecidos pelo Museu da Gente Sergipana e Museu de Arqueologia de Xingó.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações na relação museu e público, seja nos que apresentam características interativas ou na museologia tradicional, servem como estímulo à visita presencial, além de ser

um importante instrumento de democratização, mantendo um elo constante de comunicação com seu público.

Independentemente da forma de disponibilização dos objetos nos espaços dos museus, espera-se que as experiências vivenciadas pelos visitantes se assemelhem, no tocante à transmissão do conhecimento, a respeito da cultura ali representada, porque apesar da disparidade entre as formas de exposição dos seus acervos, os museus possuem a mesma função difusora das memórias de um povo.

Nos museus analisados, algumas diferenças podem ser notadas e, visitantes que costumavam apenas frequentar, agora, querem participar diretamente da experiência de visitação e a tecnologia pode ser considerado um diferencial na atratividade em museus, mas a sua ausência não impacta na principal contribuição dos museus que o fortalecimento da democracia ao promover a integração do diverso por meio da arte e das ações culturais.

REFERÊNCIAS

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo (Mtur). **Turismo Cultural.** 2010d. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estrutura. Acesso em: 05 de out. 2018.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti (Org.). **Pesquisa em turismo**. Planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 1998.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed.- São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, Antônio Joaquim, 1941- **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. ed. rev. e atual. – São Paulo: Cortez, 2007.

GT 02:

PLANEJAMENTO, GESTÃO E INOVAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS

Coordenação:

Prof.ª Dra. Jennifer Caroline Soares – Departamento de Turismo/UFS

Prof.ª Dra. Cristiane Alcântara - Departamento de Turismo/UFS

A PERCEPÇÃO DOS TURISTAS SOBRE ARACAJU: UMA ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS INSERIDOS NO TRIPADVISOR

Bruno Matheus Jesus dos Santos[34]
Wagner Araújo Oliveira[35]

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo central analisar a percepção do turista sobre o destino Aracaju (SE), a partir dos comentários inseridos no TripAdvisor. Para isso, o *corpus* metodológico da pesquisa consiste incialmente no levantamento bibliográfico, adotou uma abordagem qualitativa, sendo de caráter exploratório e descritivo. Em relação a escolha dos atrativos para análise foram considerados aqueles que constavam maior número de avaliações, a saber: Orla de Atalaia, Oceanário, Museu da Gente Sergipana e Mercado Municipal de Aracaju, foi feito um recorte dos comentários inseridos no período que compreendeu entre os meses de janeiro a junho de 2018, sendo assim foram analisados uma amostragem de 693 comentários. Portanto, os resultados reúnem as opiniões e principais adjetivos associados aos sergipanos e a capital do estado, além de uma análise sobre cada atrativo escolhido, incluindo fotos e recortes literais dos comentários postados na plataforma, demostraram também que há uma concentração de comentários nas páginas dos atrativos naturais acompanhados de uma abordagem mais crítica sobre segurança, infraestrutura, limpeza e organização. As conclusões mostram uma visão positiva dos turistas sobre a capital, seus espaços turísticos e sobre os sergipanos, onde os turistas afirmam que é uma cidade considerada limpa, segura, bem estruturada, com a maior orla do país, boas opções de lazer e com um povo acolhedor.

Palavras-chave: Turismo. TripAdvisor. Mídia Digital.

ABSTRACT

The main objective of the research is to analyze the tourist perception about the destination Aracaju (SE), from the comments inserted on TripAdvisor. For this, the methodological corpus of the research consists initially in the bibliographical survey, adopted a qualitative approach, being of an exploratory and descriptive character. In relation to the choice of attractions for analysis were considered those that included a greater number of evaluations, namely: Orla de Atalaia, Oceanário, Museu da Gente Sergipana and Mercado Municipal de Aracaju, a comment was made in the period between the months from January to June 2018, thus a sample of 693 comments were analyzed. Therefore, the results gather the opinions and main adjectives associated with the sergipanos and the capital of the state, as well as an analysis of each attractiveness chosen, including photos and literal cutouts of the comments posted on the platform, also showed that there is a concentration of comments in the pages of with a more critical approach to safety, infrastructure, cleanliness and organization. The conclusions show a positive view of the tourists about the capital, its tourist areas and the sergipanos, where tourists say that it is a city considered clean, safe, well structured, with the best Orla of the country, good leisure options and a welcoming people.

Keywords: Tourism. TripAdvisor. Digital Media.

[34] Graduando em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Email: brunoandrade975@gmail.
[35] Bacharel e Mestre em Turismo (UFRN), Especialista em Gestão Ambiental (IFRN) e Professor Substituto do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: wagnercnr@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

O turismo como atividade econômica mundial tendo sua capacidade de deslocar pessoas, compartilhar culturas, sentimentos e experiências, de forma direta ou indireta cria-se um relacionamento com outras diversas áreas, entre elas, a comunicação social.

Reilly (1990) *apud* Nielsen (2002) descreve a comunicação como a "transmissão de ideias e informações", podendo ser feita de um modo formal ou informal. A televisão, os jornais impressos, revistas, rádio e a internet são os principais meios de comunicação onde é realizada essa transmissão.

A internet, por sua vez, é o modo mais dinâmico para ser informado. Conforme os avanços tecnológicos dos últimos anos foram acontecendo, ela também vem se modificando. O turismo é um dos diversos assuntos para se pesquisar e geralmente é compartilhado através dos sites oficiais dos estados, blogs, redes sociais e em sites específicos para o compartilhamento de experiências turísticas.

O TripAdvisor, plataforma atuante desde 2000, foi fundada nos Estados Unidos por Stephen Kaufer e Langley Steinert, após o casal em seu processo de planejamento de viagem recorrerem a pesquisar na internet sobre o destino escolhido e perceberem que as fotos e informações disponíveis eram muito semelhantes, então frustrados, decidiram criar algo para sanar uma necessidade que os mesmos precisaram. Seu slogan traz a mensagem *"World's most trusted travel advice"* que significa "Os conselhos de viagem mais confiáveis do mundo".

Atualmente, em nível mundial, o site exerce um papel fundamental para a atividade turística: o compartilhamento de informações. Essa plataforma acaba tendo maior aceitação do público, pois é um site alimentado diante de experiências reais que influenciam de modo positivo ou negativo as decisões de compra dos outros turistas.

A justifica para pesquisar essa temática surge a partir da curiosidade em entender qual imagem de Aracaju é construída pelos visitantes que compartilham suas percepções na plataforma.

METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa se configura de caráter qualitativo. Como procedimentos metodológicos foram utilizados a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. Os principais autores consultados foram: Maldonado *et al***.** (2009); Nielsen (2002) e Prado (2005).

Por conta da escassez de tempo para realização da pesquisa, foram considerados apenas os comentários inseridos entre o período de janeiro-junho de 2018. Como os comentários são inseridos na página de algum atrativo ou equipamento, foram listados aqueles com maiores números de avaliações no ranking do próprio TripAdvisor, para serem as fontes principais de análise. São esses: Orla de Atalaia, Oceanário, Museu da Gente Sergipana e o Mercado Municipal Antônio Franco.

Diante disso, para a realização dessa pesquisa, foram escolhidos alguns pontos para que a análise revelasse a imagem de Aracaju diante do que é compartilhando no TripAdvisor, são esses: opiniões sobre atendimento, informação, iluminação, acessibilidade, segurança e limpeza; Principais fatores para uma má avaliação no site; Principais adjetivos associados aos residentes; Principais adjetivos associados à cidade.

TURISMO, INFORMAÇÃO E MÍDIA DIGITAL

A informação entra como fator fundamental nessa relação (turismo-imagem), entretanto quando não desenvolvida da forma adequada pode colocar em risco a experiência turística. Os três níveis de informação dentro do campo turístico são basicamente: 1) a informação antes da compra 2) durante a viagem 3) após a viagem.

Antes de comprar um pacote é comum que o turista pesquise, virtualmente ou com seu agente de viagens, a respeito dos benefícios e malefícios diante de suas opções. Nesse momento que os fatores "preço, motivação, infraestrutura, localização, tempo, meteorologia" entre outras variantes são levadas em consideração para a tomada de decisão. Diante das pesquisas de Nielsen (2002, p. 81), o mesmo afirma que:

> A informação, em sua forma mais pura, pode-se originar em várias fontes. Professores, vendedores, agentes de viagens ou mesmo amigos podem ser bons comunicadores quando são capazes de tornar o tema interessante e importante para o público.

Com o advento das novas tecnologias e o desenvolvimento da internet nos últimos anos surgem novas oportunidades para o empreendedorismo, assim como novas facilidades para o consumidor em turismo. As agências de viagem, locadoras de veículos, os meios de hospedagem, bares e restaurantes, entre outras áreas do *trade* turístico se adaptam e entram no movimento digital. O compartilhamento fácil e prático de informações via *internet*, uma vez que existem diversas plataformas de auxílio a isso, desperta o interesse das empresas para divulgação e comercialização através do meio virtual.

Souza e Machado (2017) afirmam que "As ferramentas digitais trouxeram maior autonomia para o planejamento e definição de viagens, sendo fundamentais no processo de decisão, ainda que a efetivação da contratação possa acontecer através de empresas ou profissionais do ramo.", ou seja, atualmente através da *internet* um turista pode montar seu próprio pacote turístico, o que é positivo, pois existem perfis de turistas que sentem essa necessidade de maior autonomia.

RESULTADOS

Foram analisados 693 comentários ao total, sendo: 509 sobre atrativos naturais e 184 sobre atrativos culturais. No âmbito cultural, o Museu da Gente Sergipana se destaca, tanto em número de avaliações, como maior índice de avaliações positivas. Os turistas também avaliam os meios de hospedagem e bares/restaurantes visitados, onde uma parte significativa fica localizada na Orla de Atalaia.

Em algumas avaliações foram compartilhados adjetivos para os sergipanos, alguns direcionados aos funcionários de determinado local, outros, para os residentes em geral. Esses sintetizam uma ideia de que os residentes são educados, prestativos, hospitaleiros, gentis, simpáticas, acolhedores e que sempre estão informando coisas sobre seu Estado.

Outro ponto em questão, diz respeito aos adjetivos associados a cidade de Aracaju, onde comentários afirmando que a mesma é uma cidade muito linda, tranquila, limpa, acolhedora, encantadora e surpreendente são recorrentes.

Os subtópicos descritos a seguir trazem os resultados obtidos pela análise dos comentários de cada atrativo. Algumas contribuições dos turistas são citadas durante o texto para fortalecer a reflexão e entender qual sua percepção sobre a cidade, as pessoas, os atrativos e serviços oferecidos. As críticas, positivas ou negativas, trazidas abaixo só foram inseridas no texto por serem recorrentes nos comentários.

ORLA DE ATALAIA

Os pontos positivos mais presentes nas avaliações falam sobre a estrutura do local, tanto do próprio equipamento quanto do seu entorno. Na orla é possível utilizar a praia, que segundo os turistas é tranquila e boa para relaxar. Em algumas avaliações, afirmam não gostarem da cor escura do mar e outros citam o fato da faixa de areia ser extensa, o que uns consideram favorável e outros, cansativo.

IMAGENS 01 E 02: TRECHOS DA ORLA DE ATALAIA.



Fonte: Google imagens.

Ainda sobre sua estrutura, comentam sobre ter lugares próximos como o Oceanário, a feira do turista, algumas áreas infantis de lazer, área natural com lagos, kartódromo, pistas de skate, restaurantes etc. A infraestrutura de seu entorno também favorece o turista, pois está concentrado o maior número de hotéis, restaurantes e alguns estabelecimentos de apoio como farmácia, postos de combustível, etc.

Vários comentários contemplam informações sobre a organização e diversidade do espaço, conforme M. L afirma que *"Orla melhor planejada das capitais nordestinas."* e F. B. compartilha: "*Uma das orlas mais bonitas do Brasil".* Atrelados a isso, os turistas trazem em suas avaliações que a orla é bastante limpa, bem equipada, organizada e segura, entretanto com recomendações para não utilizarem a praia durante a noite, pois é vazia e pode ser arriscado.

Os principais fatores para uma má avaliação fixam no sentimento de "mesmice" que o local transmite para alguns, a prostituição que ocorre em ruas próximas da Orla, a extensa faixa de areia da praia, a cor e qualidade da água do mar.

A turista G. T compartilha um comentário interessante para analisar o comportamento das pessoas na ambiente natural: *"Orla é linda gostamos muito. A orla e limpa mas infelizmente a praia estava suja pelos ambulantes, Os mesmos não tem cuidado com a limpeza, poderiam ser mais cautelosos com a sujeiras que fazem ao redor dos seus carrinhos .observei que os turistas tem o cuidado de recolher suas sujeiras ,mas o pessoal local não tem esse hábito de recolher suas sujeiras que fazem e lamentável falta educação."*

De modo geral, com seus pontos positivos e negativos, ainda se caracteriza um dos pontos turísticos mais visitados do estado, atrativo número 2 na aba "Atividades em Aracaju" do próprio site, o comentário de N. reforça que *"se o paraíso existe esse se chama a orla de atalaia em aracaju, a melhor de todo o Brasil, com local para crianças se divertirem de graça e segurança,*

belos restaurantes, oceanário de primeiro mundo e uma gente pra lá de simpática. Pense numa coisa boa!!"

OCEANÁRIO

O atendimento e as explicações dadas pelos monitores, assim como os textos informativos espalhados pelo local são recorrentes nas avaliações, como pontos positivos. A importância do espaço para sensibilização das pessoas sobre as espécies ali encontradas também é algo presente nos comentários.

IMAGENS 03 E 04: TRECHOS DO OCEANÁRIO DE ARACAJU.



Fonte: Google imagens.

Além das recomendações para visitar o local, principalmente se estiverem com crianças, uma informação frisada é que existe a possibilidade de visitá-lo em dois momentos diferentes, pagando apenas uma entrada. Para isso, basta solicitar que carimbem a mão do visitante, possibilitando que ele participe das atividades em horários distintos durante o dia. As pessoas ainda sugerem a visita pela tarde para conseguirem assistir a alimentação dos animais (onde elas também podem participar, tocando nos tubarões, por exemplo).

Ainda na variante informação, o comentário de J. diz que *"[...] Também tem uma apresentação chamado submarino amarelo que é vendido por separado e achei que faltou informação quando entramos pois só viemos dar conta que tinha que pagar para entrar depois de já estarmos dentro [...]"*, e na página tem outros comentários semelhantes a esse informando o desconhecimento dessa atividade.

Os comentários dando ênfase na limpeza do local são recorrentes, como A. compartilha: *"O local é limpo e bem cuidado [...]"* e conforme comentário de C. destaca também a organização e facilidades do seu entorno: *"Gostei muito da visita que fiz a esse lugar. Muito bem organizado, limpo e tranquilo, além da ótima localização e facilidade de estacionamento.".*

Alguns comentários trazem o tamanho do Oceanário como um ponto negativo, pois consideram um local pequeno e com poucos animais para observação. O preço cobrado para visitar também é criticado (20 R$ inteira para adultos/10 R$ meia para crianças), afirmando que é um preço alto para a quantidade de coisas apresentadas. A frase "esperava mais" é inserida nas avaliações desse tipo.

MUSEU DA GENTE SERGIPANA

É o atrativo mais aceito e bastante recomendado pelos visitantes, que o classificam como "interativo e moderno". As pessoas informam que é o melhor lugar para se conhecer da história de Sergipe ou até mesmo do nordeste, conforme comentários de I F. *"[...] Lá encontramos muito da história nordestina e especialmente da cultura sergipana. [...]"* e R. D. *"[...] me ajudou bastante a conhecer um pouco mais do estado de Sergipe. [...]".*

IMAGENS 07 E 08: TRECHOS DO MUSEU DA GENTE SERGIPANA.



Fonte: Google imagens.

De todas as 2.970 avaliações nos últimos anos, apenas 4 pessoas consideram o museu "ruim" ou "péssimo". O local tem nota 4.5/5 no TripAdvisor e é o número 1 na aba "Atividades em Aracaju". De todos os comentários inseridos em 2018, o único que não foi positivo afirma que o museu não é tão interativo e algumas partes estavam interditadas durante a visita, portanto a turista esperava mais da atração.

O atendimento é um dos pontos altos das avaliações, os visitantes elogiam o trabalho dos funcionários e acreditam que eles são bem treinados, prestativos, atenciosos, simpáticos e educados. No quesito informação, os visitantes relacionam de certo modo com o atendimento, consideram que o museu tem muitas informações sobre o estado e os monitores auxiliam tirando dúvidas, caso necessário, como afirma A, M: *"[...] Há pessoas para te ajudar no tour e apesar de não ser grande, tem bastante informação. Vale a pena a visita.".*

O fato do acesso e estacionamento do museu serem gratuitos, além de serem fatores que agradem os visitantes, são informações inclusas nas avaliações. Outros pontos citados é a organização, limpeza e conservação do prédio. O local tem acessibilidade, segundo as avaliações, para quem tem mobilidade reduzida.

MERCADO MUNICIPAL ANTÔNIO FRANCO

Os comentários sobre o Mercado Municipal citam a organização do espaço, descrevem a variedade de produtos, sobretudo os artesanatos e comentam sobre os restaurantes inseridos nele, alguns localizados na parte superior do prédio, outros na parte externa.

IMAGENS 09 E 10: TRECHOS DO MERCADO MUNICIPAL DE ARACAJU.



Fonte: Google imagens.

Algumas pessoas informam que o local é limpo, organizado e muito bom para comprar lembrancinhas e alguns produtos alimentícios, o principal comentado é a castanha. Os comentários negativos são justificados por conta do preço, alguns sugerem visitar a feira do turista, pois encontrarão preços mais em conta.

Um dos problemas das avaliações sobre esse atrativo é que o Mercado Municipal tem três espaços: os mercados Antônio Franco, Thales Ferraz e o Albano Franco. O último, entretanto não tem uma estrutura específica para o turista e é possível ver confusão das pessoas na hora de avaliar, pois visitam o Albano Franco e avaliam na página do Antônio Franco. O TripAdvisor não tem uma única página unificando os três mercados, o que facilita alguns erros para avaliações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se, diante dos resultados, que existe um apelo mais forte para o turismo de sol e praia, os atrativos naturais tem um número mais significativo de avaliações que os culturais e as

percepções que são geradas nesses espaços, geralmente são mais abrangentes. São em atrativos como a Orla de Atalaia que citam mais sobre segurança, infraestrutura, limpeza e organização.

Os adjetivos associados aos sergipanos também mostra que a hospitalidade é algo já notável nos residentes que deve ser estimulada e mantida. Receber bem o turista, informá-lo, alertá-lo, ser gentil, educado e simpático, é algo que contribui na experiência turística e também na imagem do destino.

Diante de todo o material analisado e discutido anteriormente, percebe-se que a imagem de Aracaju para o turista é bastante positiva. De maneira geral, é uma cidade considerada limpa, tranquila, segura, bem estruturada, com a maior orla do país, boas opções de lazer e com um povo acolhedor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MALDONADO, M. U; SOUZA, L. L. C; RADOS, G. J. V; SELIG, P. M. **Um Estudo sobre a Evolução e as Tendências da Gestão de Serviços**. Artigo Completo: URIONA_ETAL_2009_ENEGEP2. Publicado em: XXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2009, Salvador, BA. Brasil. Acessado em: 23 de junho de 2018.

Mundo das Marcas: TripAdvisor. Disponível em: http://mundodasmarcas.blogspot.com/2013/04/tripadvisor.html. Acessado em 27 de junho de 2018.

NIELSEN, Christian. **Turismo e mídia:** o papel da comunicação na atividade turística. São Paulo: Contexto, 2002.

PRADO, Janice Juliano. **A Importância da Comunicação no Desenvolvimento Turístico** - Estudo de Caso: Município de Rio Grande / RS. Disponível em: https://pt.scribd.com/document/111233971/A-Importa-ncia-da-Comunicac-a-o-no-Desenvolvimento-Turi-stico-Estudo-de-Caso-Munici-pio-de-Rio-Grande-RS#download&from_embed. Acessado em: 22 de junho de junho de 2018.

SILVA, Joab Almeida; SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju. **Revista de Turismo Contemporâneo** – RTC, Natal, v. 3, n.2, p. 188-210, jul./dez. 2015.

SOUZA, Sheila Cristina de; MACHADO, Danielle Fernandes Costa. Uso e Influência das Mídias Sociais no Planejamento de Viagens: um estudo quantitativo. **Revista Turismo em Análise**, Brasil, v. 28, n. 2, p. 254-270, aug. 2017. ISSN 1984-4867. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/134007/134094>. Acessado em: 11 de julho de 2018. doi:http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v28i2p254-270.

A RELEVÂNCIA DA IMPLANTAÇÃO DE CENTRAIS MÓVEIS DE ATENDIMENTO AO TURISTA PARA A CIDADE DE ARACAJU/SE

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio[36]
Cristiane Alcântara de Jesus Santos Campos[37]

RESUMO

Os Centros de Atendimento ao Turista (CAT) configuram-se como estratégia de marketing e se inserem no sistema turístico como parte essencial da infraestrutura de que uma localidade necessita para atender ao turista, com vistas ao desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico mediante as premissas do bem receber, bem acolher e bem informar. Desse modo, essa pesquisa, de natureza teórico/aplicada, tem por objetivo apresentar uma análise acerca da viabilidade de implantação de uma central móvel de informações turísticas no município de Aracaju/SE. Para atingir o objetivo proposto, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documental, tratadas de modo qualitativo, bem como pesquisa de campo, através de visitas técnicas, com observação sistemática não participante. Quanto aos resultados da pesquisa, percebeu-se que o referido município carece de iniciativas inovadoras que corroborem com o desenvolvimento da hospitalidade no produto, de modo que o turista aproveite melhor os atrativos do destino, aumentando a sensação de hospitalidade e enriquecendo a experiência.

Palavras-chaves: Atendimento ao Turista. CAT. Informações Turísticas. Aracaju.

RESUMEN

Los Centros de Atención al Turista (CAT) están configurados como estrategia de marketing y se insertan en el sistema turístico como esencial de la infraestructura que una localidad necesita para servir al turista, con el fin de desarrollar la hospitalidad en el producto turístico a través de las premisas del bien recibir, acogida y la información. De esta manera, esta investigación, teórica/ aplicada tiene como objetivo presentar un análisis sobre la viabilidad de implementar un centro móvil de información turística en la ciudad de Aracaju/SE. Para lograr el objetivo propuesto, se han realizado investigaciones bibliográficas y documentales, tratadas cualitativamente, así como, investigación de campo, a través de visitas técnicas, con observación sistemática no participante. En los resultados de la investigación, se ha observado que el municipio necesita de iniciativas innovadoras que corroboren el desarrollo de la hospitalidad en el producto, para que los turistas puedan disfrutar mejor de las atracciones del destino, aumentando la sensación de hospitalidad y enriqueciendo la experiencia.

Palabras clave: Servicio turístico. CAT. Informaciones turísticas. Aracaju.

[36] Mestranda em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe-IFS; Pós-graduada em Planejamento do Turismo pela Universidade Federal de Sergipe/UFS. Especialista em docência do Ensino Superior pela Estácio Fase-SE; Bacharel em Turismo/UFS; Técnica em Hotelaria/ IFS. E-mail: elianeavelina@yahoo.com.br.

[37] Geógrafa. Mestre em Geografia/UFS. Doutora em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental/Universitat de Barcelona, España. Professora Adjunta do Curso de Turismo da UFS. E-mail: cristie09@uol.com.br

INTRODUÇÃO

A informação é um elemento presente no contexto das viagens, e por esse motivo, é parte integrante do processo de decisão por um destino a ser visitado. As informações referentes aos aspectos presentes no destino que está sendo avaliado são importantes e necessárias, por estarem associadas aos riscos financeiros e emocionais que estão envolvidas no processo de escolha de um destino em detrimento de outro.

De início, o turista busca informações prévias referentes ao destino turístico que ele escolheu ou irá escolher, através de pesquisas, principalmente, pela *internet.* Durante a viagem, surge a necessidade de informações referentes às atividades que serão desenvolvidas durante a estadia no destino selecionado. Desta forma, torna-se necessário um canal entre o turista e os serviços oferecidos na localidade escolhida. Um desses canais pode ser os Centros de Informações Turísticas (CIT's), Postos de Informações Turísticas (PIT's) e/ou Centro de Atendimento/Apoio ao Turista (CAT's).

Os Centros de Atendimento ao Turista têm por objetivo primário orientar, informar e apoiar os turistas em sua estada no destino, e, ao mesmo tempo, acumula a função de auxiliar na divulgação do destino e na eventual aferição de dados sobre a demanda, registro de comentários e sugestões; informações que, posteriormente, possam vir a subsidiar a elaboração e o acompanhamento do planejamento do turismo do destino, bem como, de planos de marketing (BRASIL, 2008). Estes espaços também servem a população local dos municípios onde estão inseridos, quando esta procura informações de como desfrutar de uma melhor forma dos espaços turísticos oferecidos em toda região (PRODETUR RJ, 2012).

É importante ressaltar que os Postos de Informações Turísticas, Centros de Atendimento ao Turismo, e/ou Centros de Informações Turísticas configuram-se como estratégia de marketing através do desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico e que são de responsabilidade do setor público. Ademais, se inserem no sistema turístico como parte da infraestrutura que uma localidade necessita para atender ao turista (BENI, 2003).

Por entender a importância dos CATs para uma determinada região, o presente artigo de caráter teórico - aplicado, foi desenvolvido com o intuito de responder o seguinte questionamento: de que forma um CAT pode contribuir para que o turista aproveite melhor os atrativos do município de Aracaju, Sergipe, aumentando a sua sensação de hospitalidade e enriquecendo a sua experiência?

Sob essa perspectiva, o artigo em tela apresenta um recorte de uma pesquisa preliminar que forneceu subsídios teóricos para uma proposta de implantação de uma central móvel de informações turísticas na cidade de Aracaju, como componente essencial do sistema turístico, desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico e estratégia de competitividade.

A cidade de Aracaju, capital do estado de Sergipe, no nordeste brasileiro, apresenta uma extensão territorial de 182 km^2, correspondendo a apenas 1% do território sergipano e tem uma população estimada em 650.106 habitantes de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018)[38]. O município de Aracaju faz limite com os municípios que compõem a chamada "Região da Grande Aracaju": São Cristóvão, Nossa Senhora do Socorro e Barra dos Coqueiros.

De acordo com Santos (2017, p. 189), Aracaju "es el más importante centro de la red urbana del estado de Sergipe destacándose por sus funciones político-administrativa, comercial, industrial y de prestadora de servicios[39]". Ademais, por ser considerado destino indutor e receber a maior demanda entre turistas nacionais e internacionais, principalmente através do modal aéreo, é normalmente a principal responsável pela comunicação inicial do turista com o destino. Assim sendo, torna-se de fundamental importância o desenvolvimento desta pesquisa para a referida localidade.

No percurso metodológico empreendido nessa pesquisa de natureza aplicada, adotou-se procedimentos tanto teóricos quanto práticos. Com abordagem qualitativa e objetivo exploratório, adotou-se como procedimentos técnicos a análise bibliográfica com base na revisão da literatura, que forneceram subsídios informacionais acerca de temáticas como: hospitalidade no contexto do turismo, a importância da informação para a conformidade do produto turístico e importância de iniciativas de marketing e hospitalidade para a cidade de Aracaju. Além da pesquisa documental através dos relatórios técnicos do município, sobretudo, os do Ministério do turismo, do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável e da Fundação Getúlio Vargas.

Outro procedimento aplicado foi a pesquisa de campo, realizado através de visitas técnicas com observação sistemática não participante. As visitas ocorreram entre os meses de Maio e Agosto/2018 nos CAT's do referido município tendo como objetivo central observar o atendimento aos turistas, a infraestrutura local e o material de folhetaria disponível.

[38] IBGE. Disponível em https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/aracaju/panorama. Acesso em 10/05/ 2018.
[39] "é o mais importante centro da rede urbana do estado de Sergipe se destacando por suas funções político – administrativa, comercial, industrial e de prestadora de serviços" (tradução nossa).

O percurso metodológico realizado considerou os aspectos de investigação e análise fundamentais na garantia de uma eficiente aplicabilidade do projeto que encontra-se em desenvolvimento. Para tanto, construiu-se um mapeamento diagnóstico para embasamento teórico, que será apresentado nesse recorte de pesquisa.

A IMPORTÂNCIA DAS CENTRAIS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

Apesar de nomenclaturas distintas, conceitualmente, as Centrais de Informações Turísticas apresentam finalidades similares. De acordo com De Lucca Filho (2005), os CIT's, PIT's e/ou CAT's são unidades cujo objetivo principal é fornecer informações turísticas, além da possibilidade de prestar serviços às agências de viagens (reservas de serviços em estabelecimentos turísticos - meios de hospedagem, traslados, serviços de guias de turismo, reservas em *shows* e outros eventos, dicas de atrativos turísticos), disponibilizar banheiros, e, disponibilizar serviços de alimentação (restaurantes, lanchonetes e lojas de conveniência), a depender do objetivo, localização, porte, estruturação, gestão e finalidade ao qual se destinam.

Ao analisar o papel dos postos de informações, Montejano (2001) aponta que estes devem se basear em informações de empresas e instituições turísticas, assim como, divulgar os recursos turísticos. Ademais, o autor também ressalta que os postos de informações devem ser utilizados para levantar informações dos turistas (pesquisa de demanda).

De fato, do ponto de vista da gestão, os CAT's devem contribuir para medir o grau de satisfação dos visitantes durante suas estadas, além de possibilitar a realização de estudos de fluxo turístico, demanda e etc., enriquecendo o planejamento turístico, sobretudo, através do direcionamento do processo de elaboração de novos produtos turísticos, a fim de aumentar o tempo de permanência do turista e distribuir o fluxo de visitantes para outros destinos da região (PRODETUR, 2012).

O avanço e crescimento do turismo, seja ele local, nacional ou internacional, torna-se condição relevante a existência de um local que concentre informações sobre a localidade e os destinos da região, disponibilizando folhetos e mapas, atendimento em idioma estrangeiro e, se possível, a opção de efetuar reservas em atrativos, hotéis e restaurantes.

Desse modo, os CAT's devem ser considerados um instrumento padrão para a competitividade de um destino, pois estudos indicam que os locais que possuem CAT bem localizados, com funcionários fluentes em diversos idiomas e bem qualificados e com boa provisão de material e informações, tornam-se mais competitivo "inclusive por possuírem

melhor controle sobre o tipo e a qualidade da informação prestada ao turista, garantindo um alinhamento com a imagem que deseja ser associada ao local" (BRASIL, 2008, p.16).

Os CAT's constituem-se também como um dos elementos responsáveis para a formatação do produto turístico, já que é um componente indispensável à recepção do turista na localidade, facilitando o seu deslocamento e o uso dos atrativos da cidade. Portanto, são também responsáveis por influenciar o envolvimento do turista com mais atividades no destino e, consequentemente, na visitação de outros atrativos em cidades turísticas do estado, aumentando o seu tempo de permanência e a satisfação do turista no local visitado.

Por outro lado, Araújo (2012) destaca que os centros de atenção ao turista precisam ter bastante responsabilidade acerca das informações que são utilizadas, como também, aptos ao uso de tecnologias de informação, a fim de atender às necessidades e satisfação do turista.

Dentre as abordagens culturais do fenômeno do turismo, a hospitalidade é um dos temas mais relevantes, e vem sendo discutido sistematicamente. Essa relevância se apresenta na intrínseca relação entre o fazer turismo - ao sair e permanecer temporariamente nos locais que não são os de residência habitual-, e o ser (bem) recebido em outras localidades, uma vez que como explica Cruz (2002) todo turista está sendo, de alguma forma recebido nos lugares, o que vai diferenciar a experiência entre um e outro, no que se refere a hospitalidade, é a forma como se desenvolve esse acolhimento no destino.

Logo, a qualidade dos espaços apropriados pelo e para prática turística, no que abrange a infraestrutura, seja ela primária ou secundária, é um fator determinante para a percepção da hospitalidade turística de um destino. Desse modo, é imprescindível a criação de novos espaços que agreguem mais valor e hospitalidade a atividade.

CENTRAIS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS NA CIDADE DE ARACAJU/SE

Os CAT's são elementos chaves no desenvolvimento da hospitalidade, e por isso devem ser considerados imprescindíveis no sistema turístico ao passo que, são uma via de comunicação efetiva que oportuniza o acolhimento e aproximação dos turistas com os recursos existentes no destino visitado.

O estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional, realizado em 2008 teve por objetivo avaliar sessenta variáveis, contidas em 13 dimensões: Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos,

Marketing, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Na dimensão serviços e equipamentos turísticos foi realizada a análise da variável: Centro de Atendimento ao Turista da cidade de Aracaju. Esta, por sua vez, obteve 46,3 pontos de uma pontuação que vai até 125, ficando abaixo das médias de outras capitais brasileiras e sendo identificado como uma das variáveis de baixa prioridade para o destino, ou seja, não foram traçadas ações a partir do estudo realizado, o que resultou em uma estagnação de ações propositivas para o desenvolvimento, e ampliação de oferta dos CAT no município.

Atualmente, Aracaju conta com apenas 7 Centros de Atendimento ao Turista, sendo que três deles são administrados pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (SEMICT), que são os CATs localizados no Mercado Municipal Thales Ferraz, na Orla pôr do Sol e na colina Santo Antônio, sendo que este último encontra-se desativado para reforma; e, os outros quatro administrados pela Empresas Sergipana de Turismo (EMSETUR), que são os localizados no Mirante 13 de Julho, Aeroporto, na orla de Atalaia e no Centro de Turismo.

Quanto ao tipo de informações disponibilizadas nos referidos CAT's, na maioria deles estão disponíveis materiais de apoio, tais como: mapas de orientação turística, folheteria sobre os principais atrativos, guias, prospectos de shows e passeios. Porém, através de observação sistemática realizada nos CAT's da cidade de Aracaju, verificou-se que não há um banco de dados atualizado para que os turistas possam ter informações sobre a gastronomia local, a hospedagem, transportes, entretenimentos, atrações turísticas, dentre outros serviços, além de informações direcionadas aos eventos que estejam ocorrendo nos municípios. Em sua maioria, são disponibilizados materiais que foram produzidos para campanhas paralelas de participação em feiras, eventos, etc., o que torna relevante a produção de um banco de dados e material próprio dos CAT's.

Desse modo, destacamos que não contempla nenhuma Central Móvel de Informações Turísticas que possa estar disponível em todos os atrativos turísticos da cidade, de modo articulado, bem como em eventos dentro e fora do entorno, o que dificulta a prestação desse tipo de serviço.

A proposta de viabilização de uma Central Móvel de Informações Turísticas para a cidade de Aracaju favorecerá na flexibilidade da prestação de serviços de auxílio aos turistas nacionais e internacionais, no que concerne as demandas de informações acerca de recursos, atrativos e

produtos turísticos existentes na cidade, bem como, no auxílio aos roteiros autoguiados, com o objetivo de potencializar as experiências no destino.

Assim sendo, a proposta de implantação da Central Móvel de Informações turísticas será uma relevante contribuição para as ações de marketing turístico, uma vez que como explica Balanzá e Nadal (2003), o marketing turístico é um conjunto de técnicas aplicadas para a comercialização dos produtos e serviços para satisfazer as necessidades dos diferentes grupos de consumidores e obter lucro. No caso das informações turísticas é oferecido um serviço de comunicação e esse serviço é utilizado antes, durante e depois da prestação do serviço efetivamente, contribuindo assim para a imagem que o cliente forma do produto/destino.

Partindo-se desse princípio, afirmamos que a cidade de Aracaju necessita adotar uma estratégia competitiva diferenciada através da prestação de serviço qualificada a partir de uma central móvel de informações turísticas, uma vez que o turista terá acesso à informação de uma forma mais prática e ágil. Kotler (1999) ao estudar marketing para o século XXI afirma que atender um cliente é estar atento às suas exigências e necessidades associando-se a agilidade, conhecimento e, sobretudo, a solucionar problemas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa foi interessante para emoldurar uma análise acerca da relevância das Centrais de Informações turísticas, sobretudo, para a cidade de Aracaju. Conforme abordado neste artigo, os PITs são essenciais ao sistema turístico, pois garantem uma melhor fluidez das informações e assume um papel relevante na divulgação do destino turístico. Ademais, os postos de informação criam uma imagem positiva favorecendo na qualidade da informação turística, o que torna o destino mais hospitaleiro e competitivo.

Também foi destacado que os PITs de Aracaju, atualmente, estão dispostos na cidade em um quantitativo bastante reduzido, devendo haver uma ampliação do número de unidades para que atenda outros atrativos turísticos da cidade, facilitando o processo de informação por parte do turista. Fato este que demandaria bastante recurso financeiro por parte do poder público, uma vez que teria que implantar novas estruturas físicas, contratar e capacitar corpo técnico, a fim de realizar o atendimento ao turista, além de modernizar os postos de informação adotando a informatização.

Nesse aspecto, percebe-se a necessidade de empreender ações inovadoras para o destino, a fim de que se criem condições favoráveis a receptividade do turista na cidade como

estratégia de hospitalidade e marketing. Desta forma, a Central Móvel de Informação poderá se deslocar na cidade e, a partir de um planejamento prévio, atenderá os principais atrativos turísticos da cidade, de modo articulado, bem como em eventos dentro e fora do entorno, o que dificulta a prestação desse tipo de serviço.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. A. **Qualidade no atendimento ao turista**: uma análise dos centros de atendimento ao turista da cidade de Natal-RN. Natal/RN, 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo, UFRN).

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 8. ed. São Paulo: Senac, 2003.

BALANZÁ, I.l M.; NADAL, M. C.. **Marketing e Comercialização de produtos turísticos**; Tradução Miguel Cabrera. São Paulo: Pioneira Thompson learning, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional** – Relatório Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

_____. Ministério do turismo. Plano Nacional do Turismo 2013-2016- O turismo fazendo muito mais pelo Brasil, MTur, 2013.

_____. Fundação Getúlio Vargas, Ministério do Turismo e Sebrae. **Ìndice de Competividade do Turismo Nacional**. Brasília, 2015. Disponível em :< http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitivi dade/2015/Aracaju_RA_2015.

CRUZ, R. C. A.. Uma abordagem geográfica do fenômeno da hospitalidade turística. In: DIAS, C. (org). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

DE LUCCA FILHO, V. **Estudo do fluxo de informações em centros de informações turísticas de Santa Catarina**: programa portais do lazer. 134f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

FGV. **Caracterização da Demanda Turística de Sergipe**. Coordenador Luiz Gustavo Medeiros Barbosa- Rio de Janeiro: FGV projetos, 2018. 54p.

KOTLER, Philip. **Marketing para século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. Tradução de Bazan Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 1999.

MENDES, D. S.; RIBEIRO, S. D. D.; MEZZAROBA, C.; SANTOS, A. C.; ARAGÃO, P.; GARCIA, L. C. P.; OLIVEIRA, T. S.; SANTOS, S. M. A Orla de Atalaia em Aracaju/SE e seus equipamentos de esporte e lazer como problemática de pesquisa: levantamento e discussão dos dados. **Scientia Plena**, Vol. 9, Num. 8, 2013.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado turístico**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PRODETUR. **Manual de Operações do Programa-MOP.** Prodetur Nacional, Rio de Janeiro, 2012.

SANTOS, C. A. J. **El Turismo como Factor de Desarrollo**: El caso de Sergipe. Barcelona, 2017. Tese (Doutorado em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental). Departamento de Geografia Humana, Universitat de Barcelona.

SERGIPE. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do Polo Costa dos Coqueirais.** Brasília, DF: Technum Consultoria, 2013.

SILVA, J. A.; SANTOS, C. A. J. Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju. **Revista Turismo Contemporâneo**, v.3, n. 2, 2015.

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE NOSSA SENHORA DO SOCORRO – SE

Nilsylaine de Jesus Barbosa[40]
Antonio Carlos Campos[41]

RESUMO

O município de Nossa Senhora do Socorro apresenta fortes potencialidades turísticas no segmento cultural e de lazer, entretanto, nunca houve uma política pública voltada para trabalhar o turismo na cidade, ficando em segundo plano no turismo sergipano. Sendo assim este plano de desenvolvimento do turismo tem como objetivo permitir o fortalecimento da atividade turística como ferramenta de inclusão social e produtora de renda para as comunidades localizadas no entorno dos atrativos turísticos da cidade. Para isso foram realizadas visitas técnicas nos principais atrativos turísticos do município, assim como entrevistas com gestores públicos e com pessoas das comunidades que trabalham com atendimento ao turista/visitante. A partir do diagnóstico, foi construído um conjunto de ações que poderão ser empregadas pelos gestores para que uma nova realidade turística comece a surgir no município para posiciona-lo como um destino competitivo. Além disso, como destino competitivo e de qualidade, possa sanar os empecilhos e proporcionar desenvolvimento à sua população com preservação de seu patrimônio.

Palavras-chave: Nossa Senhora do Socorro. Plano de desenvolvimento. Turismo. Gestão.

ABSTRACT

The municipality of Nossa Senhora do Socorro present strong tourism potential in the cultural and leisure segment, however, there has never been a policy aimed at working the tourism in the city, being in second place in the tourism sergipano. This tourism development plan aims to allow the strengthening of tourism as a tool for social inclusion and income generation for communities located around the tourist attractions of the city. In addition, technical visits were made to the main tourist attractions of the municipality, as well as interviews with public managers and people from the communities who work with tourist/ visitor services. From the diagnostic, a set of actions that could be used by the managers was constructed so that a new tourist reality begins to appear in the municipality to position it as a competitive destination. As a competitive and quality destination, it can remedy the obstacles and provide development to its population with preservation of its patrimony.

Keywords: Nossa Senhora do Socorro. Development plan. Tourism. Management.

Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

[40] Pós Graduanda em Planejamento do Turismo - UFS;
[41] Doutor em Geografia, Planificación Territorial y Gestión ambiental pela Universitat de Barcelona-Espanha. E-mail: antonio68@gmail.com

INTRODUÇÃO

O Plano de desenvolvimento do Turismo do município de Nossa Senhora do Socorro visa permitir o fortalecimento da atividade turística como ferramenta de inclusão social e, consequentemente, garantir mecanismos para a melhoria das condições de vida das comunidades envolvidas, proporcionando novos postos de trabalhos e maior renda interna para o município. Este plano tem como objetivo consolidar o município como destino turístico sergipano por meio dos seus potenciais ambientais, gastronômicos e culturais, sendo instrumento básico para a realização das ações estratégicas da prefeitura municipal na definição de metas e objetivos que solucionem problemas reais de estruturação dos seus atrativos turísticos.

A elaboração deste Plano de Desenvolvimento foi pensada para desenvolver o município turisticamente fomentando seus produtos turísticos de lazer e cultura, por meio de ações conjuntas com a comunidade local a partir da sensibilização da importância de trabalhar o turismo com qualidade.

A proposta apresenta-se a partir de um estudo exploratório, com aplicação de procedimentos de entrevistas e levantamento bibliográfico, fotográfico, iconográfico e de mapeamentos do inventário dos principais bens existentes no município. De acordo com Gil (2008) A pesquisa exploratória tem a capacidade de desenvolver, explicar e transformar conceitos e ideias para a formulação de abordagens futuras sobre o tema analisado, permitindo aos pesquisadores e gestores locais uma maior capacidade de formulação dos suas análises e fundamentação mais segura para a tomada de decisão.

Neste sentido, acreditamos que nos próximos anos com o cumprimento deste plano, o município adquira novos focos de gerações de empregos, bem como aumente a visitação interna, trazendo benefícios para a população local e uma maior arrecadação de receitas para o município por meio do turismo.

CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA

O município se destacar pelo complexo fluvial que circunda parte de seu território e marca importantes aspectos históricos do município. As orlas dos rios Cotinguiba, que se localiza no povoado Porto Grande com acesso a sede municipal localizada no complexo Taiçoca, no povoado São Braz banhada pelo rio do Sal, se destacam pelos aspectos singulares, que envolve o bioma manguezal e seu aproveitamento na gastronomia regional, haja vista o reconhecimento

gastronômico do povoado Calumbi, reconhecido no estado como lugar do melhor pirão de Camarão de Sergipe, por seu grande potencial de atrair pessoas para degustar produtos que são criados viveiros nas proximidades do restaurante São Miguel.

PRINCIPAIS ATRATIVOS DO MUNICÍPIO

Igreja Matriz Nossa Senhora do Socorro

O município de Nossa Senhora do Socorro apresenta em sua sede uma das igrejas mais antigas de Sergipe, com sua fundação em 14 de setembro de 1714, data gravada em pedra sabão dentro da sua sacristia, a igreja tem traços do barroco e seu telhado foi elaborado com madeira de Pau-brasil. No dia 2 de fevereiro, anualmente, acontece manifestações religiosas em alusão a padroeira cidade Nossa Senhora do Socorro, entre as atividades, realiza-se a lavagem da igreja matriz com as águas do rio Cotinguiba.

Floresta da Ibura

A Floresta Nacional do Ibura localiza-se a 18 km da sede do município. Conta com 144 hectares e um importante aquífero que é responsável por grande parte do abastecimento de água da região da Grande Aracaju.

Povoado Calumbi

O povoado Calumbi fica localizado a 2,5 km de da sede do município e 4,5 km de Aracaju tendo acesso pela BR-101. Durante alguns anos, na área do Povoado funcionou como Estação ferroviária denominada Calumbi, inaugurada em 1949. Atualmente, a estação ferroviária encontra-se demolida restando apenas escombros e sua plataforma.

O povoado é conhecido pela sua riqueza gastronômica, tendo como carro chefe o pirão de camarão, por sinal esse marisco é tirado na hora dos viveiros existentes no local. Além disso, para os que não são admiradores deste tipo de prato, pode se deliciar com a galinha de capoeira. Com a grande procura transporte público foi disponibilizado que sair dos terminais de Aracaju em direção a esse atrativo turístico.

O restaurante mais conhecido é o restaurante o "Miguel" pertence à família Paixão, que emprega mão de obra de moradores da região e conta com uma estrutura que atrai turistas de diferentes regiões do estado. Diariamente são servidos uma média de 200 almoços servidos, duplicando essa quantidade no período de finais de semana e feriados.

Povoado Porto Grande

Segundo historiadores, a prainha do Porto Grande tem um valor histórico e econômico para município, haja em visto, que no século XIX era atracadouro de chegada e saída de mercadorias. De acordo com registros históricos, a visita de D. Pedro II a Sergipe em 1879, sua majestade teria passado pelo atracadouro do Porto Grande.

Em 1984, era utilizado como ponto de atracadouro de pescadores, até que um morador construiu uma trilha de acesso ao rio, e naquele local construiu um quiosque, a partir desde momento observou-se que poderia ser um ponto turístico para cidade de Nossa Senhora do Socorro, e em 1992 o prefeito José Franco construiu a Orlinha do Porto Grande com uma estrutura de oito quiosques doados pela prefeitura para que ocorresse a fomentação do turismo, assim como uma nova área de lazer para os socorrenses (SERGIPE TRADE TOUR, 2017).

A prainha do Porto Grande ou prainha do pescador São Pedro como é também chamada, fica localizada a cinco minutos da sede do município. É um local tranquilo, onde diversas famílias se reúnem para aproveitar a gastronomia local na margem do Rio Cotinguiba. A singularidade de todos seus bares terem nomes de peixes e um bar/ restaurante com piscina nas suas proximidades tem se tornado um atrativo importante para o município de Nossa Senhora do Socorro. A prainha ainda dispõe de uma adequada balneabilidade que atrai ainda mais pessoas para tomar banho de rio e fazer passeios nas canoas de seus moradores.

Na prainha do Porto Grande também se configura como lugar de grandes festividades, como o carnaval que já se tornou tradicional e a festa de Bom Jesus dos Navegantes, que acontece no mês de janeiro. Segundo, a igreja Católica, Bom Jesus dos Navegantes é protetor dos pescadores, e como a comunidade da prainha do Porto Grande é formado em sua maioria por pescadores, a comemoração tornou-se um marco, a festa conta com a procissão fluvial da imagem de Bom Jesus dos Navegantes pelo rio de Cotinguiba até a imagem voltar a capela do mesmo nome, localizada no centro do Povoado.

Povoado São Braz

O povoado São Braz é era uma aldeia de pescadores criado em 1940, composto por alguns sítios existentes na região que aos poucos foi se desenvolvendo. Recentemente o povoado que transformou se em bairro, modificando seu perfil de pescadores para uma área comercial, uma prova disso foi a recente inauguração do Mini Shopping São Braz, localizado a poucos metros da Orlinha que se configura como novo atrativo turístico do município de Nossa Senhora do Socorro (Figura 5).

A Orlinha do São Braz equipada com um guarda-corpo de madeira com altura de um metro de altura, um muro de contenção com 211 metros de extensão as margens do Rio do Sal,

três quiosques de madeira com deck e assoalho de madeira e bancos de madeira na sua extensão (Minuto Sergipe, 2015). Além disso, os bares/ restaurantes da Orlinha apresentam um variado cardápio à base de mariscos e crustáceos, e pratos com pirão de capão e de camarão, muito bem visitado aos finais de semana.

Cultura local

No contexto cultural, o município conta com os grupos folclóricos do Samba de Coco São Benedito que se apresenta no período junino para homenagear o São João, além disso, o município também tem grupos de capoeira, quadrilhas juninas e Reisado dos idosos que complementam suas manifestações culturais. Como festa consagrada, o município tem-se o Forró Siri, um grandioso evento que atrai mais de 120.000 pessoas ao município numa arena atualmente localizada no mercado municipal (TRADE TOUR SERGIPE, 2017).

O samba de coco do município de Nossa Senhora do Socorro da rua Benedito que começou em 2001. Seus líderes iniciou o processo de construção do grupo folclórico, através de um grupo de amigos que fizeram um batalhão (mutirão) entre as pessoas que residiam na rua São Benedito, na sede do município, para comemorar o São João. O processo de construção recebeu orientação de um instrutor que foi passando as músicas, mas esse batalhão não deu certo.

Posteriormente, os irmãos Waldeck de Aguiar Santos e Walmir de Aguiar Santos tomaram a frente do grupo e o transformou em Samba de Coco, e no ano de 2001 já estavam realizando apresentações nos festejos do município, tornando-se uma forte representatividade cultural da região, conseguindo comprar com recursos próprios os figurinos e instrumentos. Atualmente contando com 40 componentes.

O forró Siri iniciou-se em junho de 1993, sendo uma festa simples e contava apenas com atrações populares locais, como trio pé de serra. Recebeu esse nome devido ao local onde se realizava a festa, na área do Conjunto habitacional João Alves Filho, conhecido popularmente como conjunto Siri. Criado pelo prefeito José do Prado Franco Sobrinho, com o passar dos tempos a festa foi crescendo, de tal forma que depois de 24 anos, o "Forró Siri", foi transferido para uma área específica denominada de Arena Siri. Com capacidade para 120 mil pessoas, a festa se transformou numa importante fonte econômica para o comercio popular do município.

DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

Após analisarmos os atrativos presentes no município, elaboramos uma matriz *swot* expondo seus pontos fortes e fraquezas, e como os mesmos refletem nas suas oportunidades e ameaças para traçarmos a definição de estratégias para ser desenvolvidas pela gestão pública em parceria com a iniciativa privada e comunidade local, conforme indicamos a seguir (Quadro 1).

QUADRO 1 - ESTRATÉGIAS DE PLANEJAMENTO MUNICIPAL DO TURISMO - 2018

Estratégia	**Planejamento**
Ação	Elaborar o Plano municipal de desenvolvimento do turismo local; Realizar estudos de demanda nos atrativos e durante os eventos;
Descrição	Elaboração de uma Política para o desenvolvimento de um turismo responsável; Desenvolver um estudo de carga dos principais atrativos turísticos.
Prazo	Médio
Resultados Esperados	Treinamentos e aprimoramento dos funcionários, a fim de ter um atendimento profissionalizado. Inventariação dos bens patrimoniais do município; Cadastrar os Bens e prestadores de serviços no CADASTUR.
Responsáveis	Secretaria municipal de Turismo
Estratégia	**Calendário de eventos**
Ação	Criar calendário de eventos e de atividades buscando minimizar a sazonalidade e incentivar a cultura local do município
Descrição	Criar um calendário turístico, para minimizar os impactos negativos ao longo do ano o ecossistema local.
Prazo	Médio
Resultados Esperados	Criação do calendário irá desenvolver estratégias para melhor valorização e reconhecimento do município como potencialidade turística
Responsáveis	Secretária de cultura, Secretaria de turismo. Conselho de turismo
Estratégia	**Sensibilização**

Ação	Sensibilização de empresários do comércio local para a utilização de máquinas de cartão de crédito em seus estabelecimentos; Realização de reuniões de sensibilização com a população local sobre a importância do desenvolvimento sustentável local; Preparar guias locais para receber turistas na cidade
Descrição	Aprimorar os serviços prestados nos empreendimentos atuais e nos novos empreendimentos Aprimorar a prática de serviço como atendimento ao cliente. O transporte aquático que seja usado para passeios terá uma fiscalização sobre os seus equipamentos de salva vida e condições de navegação
Prazo	Curto
Resultados Esperados	Os barqueiros de lanchas ou outros equipamentos terá que ter noções básicas de atendimento aos usuários; Criar um guia de informações municipais - Com informação passada aos turistas, todos terão consciência da importância dos atrativos.
Responsáveis	ONG' S Locais Marinha Secretaria de turismo Prefeitura municipal
Estratégia	**Sinalização Turística**
Ação	Implantação da sinalização turística nos locais adequados
Descrição	Fazer um estudo para sugerir a implantação uma sinalização para usuários de transporte aquáticos nas Orlas do Porto Grande e São Braz
Prazo	Curto
Resultados Esperados	A sinalização vai orientar os turistas quais pontos podem praticar esporte de aventura, local para banho e local para usa lanchas ou outros equipamentos de navegação;
Responsáveis	SMTT municipal Prefeitura Municipal

Elaboração: Nilsylaine de Jesus Barbosa, 2018.

O Plano de Turismo do município terá como ênfase a implantação de ações específicas da prefeitura do município, através da Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer, a partir da contratação de consultorias para elaborar estratégias para maior divulgação dos seus atrativos turísticos em âmbito estadual e nacional. Tendo consequência o aumento do fluxo turístico e renda per capita ao município, promovendo assim a economia local.

O município tem grandes potencialidades no campo turismo cultural e patrimonial, com peças arqueológicas encontradas na Floresta Nacional do Ibura e um grande acervo do barroco antigo na sua igreja matriz Nossa Senhora do Perpetuo do Socorro, além de áreas de lazer naturais associadas a gastronomia local a base principalmente de mariscos, pescados e crustáceos, a exemplo da Orla do povoado São Braz, que conta com atracadouro que facilita o uso de pequenas embarcações como os tototós. Podendo se tornar um bom emissor e receptor para passeios náuticos e até mesmo para visitas as diversas salinas. Fato que pode colaborar com os municípios vizinhos, como Santo Amaro das Brotas, onde já se tem o banho do rio Pomonga e algumas fazendas clubes a beira dos rios.

Sendo assim, o município necessita firmar parcerias com o Governo do Estado para ampliar as possiblidades de alcançar as metas neste plano proposto, além de buscar recursos para manutenção de atrativos turísticos, de forma que seja possível inserir a iniciativa privada para que sejam criados novos produtos e serviços turísticos na região.

Para uma realização eficiente desse plano torna-se importante o monitoramento das ações definidas por meio da participação dos integrantes da gestão pública e membros da iniciativa privada, como empreendedores turísticos, além da participação mais efetiva da população nas decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo, com reuniões semestrais.

Um conselho de turismo deve ser criado dentro do município com objetivo de realizar o monitoramento dos indicadores das ações estratégicas do município. Este coletivo também será responsável por criar novas estratégicas para divulgação e manutenção de ações dos atrativos turísticos existentes no município e a realização de avaliações sobre resultados para observar se estes respondem satisfatoriamente ao planejado.

Depois de realizadas todas as etapas de proposições do plano, definir em assembleia dos parceiros e poder público para criar ações para monitorar o Plano Municipal. Esta ação consiste na formação de Câmaras Temáticas com encontros periódicos que tem por propósito acompanhar de forma permanente e contínua todo o processo de implantação das ações propostas pelo período de cinco anos de vigência do plano, que contará a partir da sua

aprovação. As Câmaras Temáticas para o Monitoramento do Plano estarão sob a gestão do Conselho Municipal de Turismo – CMT.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O município durante anos minimizou a importância do turismo para cidade, sendo assim, pretende-se por meio do plano de turismo municipal incorporar o turismo como indutor econômico, e desta forma conseguir uma cooperação pública e privada para que esta realidade encontrada no município seja modificada, e seja aprovado um conselho de turismo.

O conselho municipal de turismo permitirá um conjunto de ações importantes para fomentar o turismo no município, além de promover um acompanhamento das políticas públicas, sendo o colaborador na criação de feiras culturais e eventos voltados para o chamamento turístico. Outra ação fundamental será a criação de um programa de sensibilização da população sobre como o turismo local poderá ser um produtor de renda para a mesma, estimulando a população divulgar os atrativos e serviços turísticos do município.

Espera-se que esta ferramenta norteie as ações de todos os envolvidos e interessados, servindo como objeto unificador das ações em prol ao desenvolvimento coordenado e estratégico da atividade turística em Nossa Senhora do Socorro. Além disso, posicionando-a como destino competitivo e de qualidade, sanando seus empecilhos e trazendo desenvolvimento econômico à sua população e a preservação de seu patrimônio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESE, Assembleia legislativa de Sergipe. **Zé Franco quer melhorar acesso ao povoado Porto Grande.** Disponível em: https://al-se.jusbrasil.com.br/noticias/3145044/ze-franco-quer-melhorar-acesso-ao-povoado-porto-grande. Acesso em: 28/ jul/ 2018.

BASTOS, P. C. R. 2010. **Plano de Proteção da Floresta Nacional do Ibura**, Nossa Senhora do Socorro, 12 p. Relatório Interno.

CINFORM, **municípios**, Aracaju, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IPHAN. 2007. **Cadastro Nacional de Sítios Arqueológicos**. Disponível: www.iphan.gov.br/sgpa/cnsa_detalhes.php?17672. Acesso em: 28. Jul.2018.

NOSSA SENHORA DO SOCORRO. Prefeitura de nossa Senhora do Socorro. **Plano Estratégico Municipal de Assentamento Subnormais (PEMAS)**. Nossa Senhora do Socorro: 2001.

OBSERVATÓRIO DE SERGIPE. **Contas Municipais 2013**: Produto Interno Bruto dos Municípios de Sergipe. Aracaju: 2015.

PIB – Municípios - **Produto Interno Bruto dos Municípios de Sergipe 2015**. Disponível em: http://www.observatorio.se.gov.br/images/PIB_Municipal/2.pdf Acesso em: 8.ago.2018

SANTOS, A. L. R.; OLIVEIRA, W. R.; NUNES, V. M. M (org.). **Nossa Senhora do Socorro:** Trajetória. Aracaju: UFS, 1994.

SOUZA, Adilberto. Indústrias transformam a economia de Socorro. Disponível em: https://www.destaquenoticias.com.br/industrias-transformam-a-economia-de-socorro/ Acesso em: 20. Ago.2018.

VASCONCELOS, C. A.; Oliveira, A.G.V. & Farias, M.C.V.. Unidades de Conservação em Sergipe: A Floresta Nacional do Ibura. In: **Anais do III Encontro Nacional de Educação Ambiental e V Encontro Nordestino de Biogeografia**: Organizado por Giovanni Seabra. João Pessoa, Paraíba. 2013.

ANÁLISE SOBRE MOBILIDADE URBANA E ACESSIBILIDADE AOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO CENTRO DE ARACAJU

Ângela Lima da Rocha[42]
Antonio Carlos Campos[43]

RESUMO

Nas principais cidades os maiores problemas de mobilidade e acessibilidade urbana estão nos acessos pela população aos seus espaços públicos, principalmente para as pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida. Neste sentido este projeto objetiva proporcionar melhorias da acessibilidade dos principais atrativos turísticos do centro de Aracaju. Assim como subsidiar os órgãos públicos em termos de aplicar medidas que possam facilitar e ampliar a visitação aos atrativos históricos culturais. A metodologia utilizada se baseia na pesquisa qualitativa e exploratória, com visitas de campo. Entre os procedimentos usou-se primeiramente a pesquisa bibliográfica sobre mobilidade e acessibilidade urbana. O desenvolvimento do projeto de análise e proposição foi dividido em etapas. Primeiro foi realizado o registro fotográfico dos atrativos e do seu entorno para realizar um diagnóstico específico; na segunda etapa, a identificação dos problemas de mobilidade e acessibilidade existentes para levantar as metas e os objetivos que comporão o plano de ação capaz de propor sugestões de adaptação dos principais problemas existentes; na terceira etapa, a análise dos problemas e a elaboração de medidas de acessibilidade foram propostas seguindo a Legislação vigente de acordo com as normas da ABNT; na quarta etapa, a apresentação das propostas de melhorias aos órgãos públicos responsáveis – com o objetivo de tornar os bens turísticos mais atrativos a todos.

Palavras-chaves: Acessibilidade. Atrativos. Centro de Aracaju.

RESUMEN

En las principales ciudades, los mayores problemas de movilidad y accesibilidad urbana son el acceso de la población a sus espacios públicos, especialmente para personas con discapacidad y movilidad reducida. En este sentido este proyecto tiene como objetivo proporcionar mejoras de la accesibilidad de los principales atractivos turísticos del centro de Aracaju. Así como subsidiar a los organismos públicos en términos de aplicar medidas que puedan facilitar y ampliar la visita a los atractivos históricos culturales. La metodología utilizada se basa en la investigación cualitativa y exploratoria, con visitas de campo. Entre los procedimientos se usó primero la investigación bibliográfica sobre movilidad y accesibilidad urbana. El desarrollo del proyecto de análisis y proposición se dividió en etapas. Primero fue realizado el registro fotográfico de los atractivos y de su entorno para realizar un diagnóstico específico; en la segunda etapa, la identificación de los problemas de movilidad y accesibilidad existentes para levantar las metas y los objetivos que componen el plan de acción capaz de proponer sugerencias de adaptación de los principales problemas existentes; en la tercera etapa, el análisis de los problemas y la elaboración de medidas de accesibilidad fueron propuestas siguiendo la Legislación vigente de acuerdo con las normas de la ABNT; en la cuarta etapa, la presentación de las propuestas de mejoras a los órganos públicos responsables - con el objetivo de hacer los bienes turísticos más atractivos a todos.

Palabras-claves: Accesibilidad. Atractivos. Centro de Aracaju.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

[42] Engenheira Civil (UFS); Pós-Graduanda em Planejamento do Turismo (UFS); angela.guia@infonet.com.br.
[43] Prof. Departamento de Geografia/UFS; antonio68@gmail.com

INTRODUÇÃO

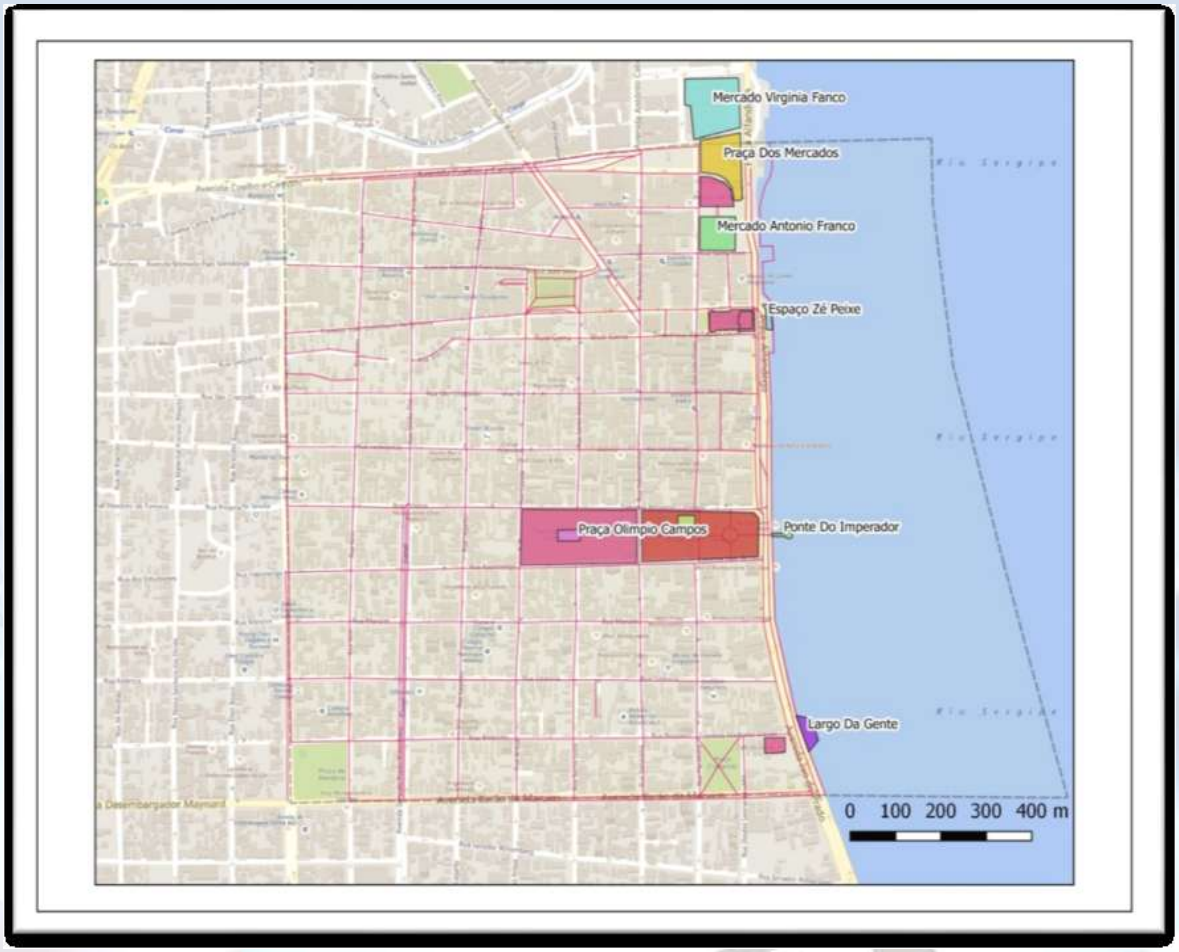
O desenvolvimento das cidades brasileiras sem planejamento urbano integrado resultou em graves problemas, dentre eles estão os problemas relacionado a mobilidade e a acessibilidade aos seus equipamentos e espaços públicos urbanos pelos cidadãos, principalmente os que apresentam alguma deficiência ou mobilidade reduzida. Este fato está diretamente ligado ao turismo, porque ele depende da infraestrutura acessível da cidade para se desenvolver.

Como as outras cidades brasileiras, Aracaju também se desenvolveu sem a integração e planejamento de seus espaços públicos com vistas ao aproveitamento de seus deslocamentos, dos lugares específicos. Tendo por tanto, apresentado problemas na mobilidade e acessibilidade em diversos espaços urbanos, principalmente na sua área central. Possui ruas e avenidas estreitas, sem escoamento facilitado, grande quantidade de veículos, poucos espaços de estacionamento e dificuldades na circulação das pessoas nos seus espaços públicos. Dentre os espaços públicos estão os passeios públicos que possui a via da cidade mais utilizada pela população; a calçada. Na maioria de suas calçadas não há condições para a circulação das pessoas, porque possuem obstáculos, que são caracterizados desde o piso inapropriado até a existência de rampas e degraus, impossibilitando o uso por pessoas portadoras de deficiência e/ ou com mobilidade reduzida.

O Centro de Aracaju, como primeiro bairro da cidade, contém praças e prédios históricos e concentra o comércio e a maioria dos seus serviços, sendo então o mais utilizado pela população. Possuem também os mesmos problemas de mobilidade e acessibilidade da cidade, principalmente nas calçadas.

Assim, com o objetivo de analisar os principais entreves de mobilidade e acessibilidade que envolve os atrativos turísticos do centro de Aracaju, buscamos elaborar um plano de ação que possa solucionar os problemas existentes. Os principais atrativos turísticos do Centro, objeto do presente projeto turístico foram destacados de acordo com os principais roteiros do *City Tour* comercializados por agências de receptivo da cidade. Entre os atrativos analisados estão: os Mercados Antônio Franco, Thales Ferraz e Maria Virginia Leite Franco (antigo Mercado Albano Franco); o Espaço Zé Peixe; o Centro Cultural de Aracaju e a Praça General Valadão; a Catedral Metropolitana, Parque Teófilo Dantas e Praça Olímpio Campos; o Centro de Turismo; o Palácio Museu Olímpio Campos e as Praças Fausto Cardoso, Almirante Barroso; a Ponte do Imperador e o Museu da Gente Sergipana e o Largo das representações culturais do estado (Figura 1).

FIGURA 1. LOCALIZAÇÃO DOS ATRATIVOS DO CENTRO DA CIDADE DE ARACAJU



Fonte: Trabalho de campos, 2018.

A metodologia a ser utilizada se baseia na pesquisa qualitativa e exploratória, com visitas de campo. Entre os procedimentos utilizamos primeiramente a pesquisa bibliográfica sobre mobilidade e acessibilidade urbana para ser aplicada aos atrativos turísticos. O desenvolvimento do projeto de análise e proposição foi dividido em etapas. Primeiro foi realizado o registro fotográfico dos atrativos e do seu entorno para realizar um diagnóstico específico; Na segunda etapa, identificamos os problemas de mobilidade e acessibilidade existentes para levantar as metas e os objetivos que comporão o plano de ação capaz de propor sugestões de adaptação dos principais problemas existentes; na terceira etapa, a análise dos problemas e a elaboração de medidas de acessibilidade foram propostos seguindo a Legislação vigente de acordo com as normas da ABNT; Na quarta etapa, sugerimos a apresentação das propostas de melhorias – com o objetivo de tornar os bens turísticos mais atrativos a todos aos órgãos públicos responsáveis.

MOBILIDADE E ACESSIBILIDADE URBANA

A questão sobre mobilidade e acessibilidade urbana no Brasil é recente. Como obrigatoriedade para os municípios, inicia-se através da Lei nº 12.587 de 03 de janeiro de 2012, onde instituiu as diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana (PNMOB). Esta lei define os modos de transporte, a classificação dos serviços de transporte urbano e as infraestruturas de mobilidade urbana. Os municípios são obrigados a elaborar o Plano de Mobilidade Urbana (PlanMob) inserido no próprio Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU) ou integrado e compatível com ele (BRASIL, 2012).

Nesta lei o conceito de Mobilidade Urbana é a "condição em que se realizam os deslocamentos de pessoas e cargas no espaço urbano", enquanto o conceito de Acessibilidade se resume a "facilidade disponibilizada às pessoas que possibilite a autonomia nos deslocamentos desejados, respeitando-se a legislação em vigor" (BRASIL, 2012, n. p.).

A acessibilidade e mobilidade estabelecidas por um eixo, como uma via, podem influenciar na consolidação de determinados lugares e de sua expansão, como os atrativos turísticos de uma cidade. Neste sentido, são apresentados a seguir conceitos de acessibilidade nos espaços públicos e suas implicações para o turismo nas cidades.

A ACESSIBILIDADE NOS ESPAÇOS PÚBLICOS E O TURISMO

A acessibilidade também pode ser enfocada como "condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida" (SAAD, 2011, p. 9).

Nestes termos, as definições usadas para as pessoas que possuem alguma deficiência evoluíram de "pessoas com necessidades especiais" e "pessoas portadoras de deficiência", para a atual definição de "pessoas com deficiência" (PcD).

No Brasil existem normas técnicas federais e legislações específicas federais, estaduais e municipais que foram aprimoradas e adaptadas com o tempo para garantir a promoção da acessibilidade para pessoas com deficiência e/ou com mobilidade reduzida.

De acordo com este argumento, o Decreto Nº 5.296, de 02/12/2004, que regulamenta as Leis Nº 10.048, de 08/11/2000, e a Nº 10.098, de 19/12/2000, especifica as pessoas de atendimento prioritário e estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da

acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida nas edificações, nos espaços e nos serviços urbanos (BRASIL, 2004). O artigo 5º deste Decreto identifica as pessoas com deficiência (física, auditiva, visual, mental e deficiência múltipla), as pessoas com mobilidade reduzida e inclui pessoas com idade igual ou superior a sessenta anos, gestantes, lactantes e pessoas com criança de colo. No atendimento prioritário (BRASIL, 2004).

A Lei Municipal de Aracaju, Nº 4.444, de 16/10/2013, estabelece as normas de acessibilidade para a cidade e no seu artigo 8º define "O planejamento, a urbanização e a manutenção das vias, dos parques e dos demais espaços de uso público deverão ser concebidos, executados e adaptados, visando promover à acessibilidade e a locomoção segura das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida" (ARACAJU, 2013, n. p.).

Os passeios públicos compreendem as calçadas, as vias de veículos, os canteiros e equipamentos públicos, sendo a calçada a mais usada por todos, mas é negligenciada pelo poder público e sem saber, pelo próprio cidadão, porque a calçada é pública, mas é o proprietário do imóvel responsável pela sua construção e conservação, transformando então a calçada na continuação do seu imóvel. Constroem rampas, colocam mobiliários, pisos inadequados, vegetações e outros obstáculos ao próprio gosto. Esses obstáculos são chamados de barreiras, que não são só físicos, que impedem o acesso, a circulação das pessoas como também o acesso a informação ou a comunicação.

Assim, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), através da NBR 9050 estabelece os critérios técnicos que devem ser obedecidos para proporcionar acessibilidade, conforto e segurança aos usuários nas edificações, nos mobiliários, nos espaços e equipamentos urbanos projetados, construídos, montados ou implantados, reformados ou ampliados (ABNT, 2004). De acordo com a NBR 9050/ABNT, as dimensões mínimas necessárias para a segurança e deslocamento das pessoas com deficiência e de mobilidade reduzida.

No Plano Nacional de Turismo (PNT) 2010 já apareciam os termos como "Turismo Social" e "Turismo Acessível". Turismo Social "é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão" (BRASIL, 2009, p. 11) e Turismo Acessível ou Turismo para Todos é "a possibilidade e condição do portador de deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico" (BRASIL, 2009, p. 27).

A ACESSIBILIDADE NO CENTRO DE ARACAJU

O Bairro Centro de Aracaju, objeto deste projeto, se caracteriza como lugar histórico e importante para a cidade, marca o começo de sua construção em 1855, onde se encontra a maioria dos edifícios tombados, onde se concentram lojas, bancos, restaurantes e outros serviços, local de grande circulação de pessoas e veículos.

A parte mais esquecida da cidade, mas que é usada diariamente por todos independente de classe, de cor, de estado e de gênero, é a calçada. Por isso, os problemas encontrados nas calçadas são: desníveis no piso, buracos, raízes de árvores, pisos escorregadios, construções com rampas e degraus, tamanhos das calçadas, lixo, entulhos de construções, elevação exagerada, entre outros. Mesmo considerando que por lei, a calçada é pública, mas a responsabilidade de construir e de mantê-la é do proprietário do imóvel, ela não é pensada como parte do projeto na construção de casas, prédios, condomínios, avenidas, mas como elemento de circulação das pessoas nas vias.

Assim, a motivação desta investigação parte dos problemas existentes no Centra da Cidade, principalmente no entorno dos bens turísticos, que apresentam falta de parada e estacionamento de veículos, calçadas estreitas e calçadões com desníveis, pisos inadequados e ou com barreiras, dificultando a locomoção das pessoas, principalmente as com deficiência e com mobilidade reduzida.

Para solucionar a falta de estacionamentos em Aracaju, principalmente no Centro, , em 2008 a Prefeitura municipal adotou o sistema de Estacionamento Rotativo através da adoção de um Aplicativo de smartphone (Rotativo AJU), onde o usuário pode pagar o tempo usado de parada de veículos no estacionamento através desse aplicativo ou com o auxilio de monitores da concessionária, ou em pontos de venda na área central da cidade. O tempo mínimo de parada é 30 minutos e o máximo é de 2 horas, sendo que o preço varia de acordo com o tamanho do veículo. Fato que ajudou bastante, mas não resolve os problemas de estacionamentos públicos, par devido à quantidade de veículos existente na cidade.

Neste caso, os problemas de acessibilidade e mobilidades afetam a visitação aos atrativos turísticos existentes, por serem locais de visitação pelos sergipanos e principalmente por pessoas provenientes de outros estados e países, que deveriam ter seus acessos garantidos a todos indistintamente com segurança. Como objeto deste projeto, selecionamos os principais atrativos turísticos do Centro, que apresentam problemas de acessibilidade detectados durantes os roteiros realizados por guias locais.

PROBLEMAS ENCONTRADOS NOS ATRATIVOS

Metodologicamente, no diagnóstico foram realizadas visitas de campo aos atrativos, objetos deste trabalho para a visualização, anotações e registro fotográfico dos problemas encontrados:

– Estacionamento: na maioria não existem estacionamentos para ônibus de turismo, exceção no mercado e Praça Olímpio Campos, mas é insuficiente. Faltam para deficientes;

– Calçadas: a maioria possui pisos antiderrapantes e porosos, mas possuem desníveis, obstáculos, são texturizados e não possuem piso tátil ou direcional;

– Travessias: possuem lugares sem faixa, outras estão apagadas, com obstáculos, algumas não possuem a rampa de acesso à calçada. O asfalto nas faixas de travessia está alto se tornando um obstáculo para os deficientes;

– Caminhos: a maioria dos problemas estão nas tampas de esgotos, nas canaletas de drenagem que estão quebradas ou não existem e na colocação de piso tátil errado.

PROPOSTAS PARA MELHORIAS DOS ATRATIVOS

Todas as propostas têm que seguir as normas da ABNT (NBR 9050) de 2015 e (NBR 16537) de 2016 e serem integradas com as normas de sinalização vertical, horizontal e semafórica do CONTRAN nos atrativos. A construção e as sinalizações táteis e sonoras e verticais, horizontais e semafóricas estão entre as principais propostas apresentadas a seguir:

Propostas Socioeducativas:

Por entender que a acessibilidade relacionada ao turismo é inevitável e essencial, mas como em toda e qualquer situação relacionada à adaptação e construções é necessário primeiramente um planejamento antevendo as medidas necessárias a serem tomadas e de qual forma serão aplicadas, sugerimos algumas ações:

- ✓ Sensibilizar os órgãos administradores da acessibilidade desses atrativos - Pela importância dos atrativos e de sua adequação para a acessibilidade das pessoas com deficiência e de mobilidade reduzida, tanto para o Turismo como para a população de Aracaju. Os órgãos mantenedores desses atrativos devem se engajar para garantir acesso a todos os cidadãos, de forma a proporcionar o aumento do número de visitantes e associar a imagem da cidade ao a receptividade acessível do turismo.
- ✓ Confeccionar cartilhas e panfletos sobre a importância da conservação das calçadas - Através desses impressos a população terá informações e saberá da importância para cada um da conservação delas.

- ✓ Elaborar projetos de adequação das calçadas existentes pela sua largura - Para apresentar aos proprietários dos imóveis já com os orçamentos, como fazer para facilitar essa adequação, seguindo as normas da ABNT.

Propostas Estruturais:

- ✓ Criar estacionamentos e paradas de ônibus de turismo - Estes estacionamentos e paradas de ônibus irão beneficiar os atrativos, porque facilitarão as pessoas de conhecê-los. De acordo com os roteiros de City Tour utilizados na cidade, a escassez de paradas e estacionamentos, alguns atrativos deixaram de ser visitados. Isso ajudará principalmente as pessoas deficientes e com mobilidade reduzida que viajam em grupos. Um novo estacionamento que poderá ser construído ao lado do terminal dos mercados ajudará também na mobilidade ao novo shopping do Bairro Industrial.
- ✓ Transferir os Pontos de ônibus dos Mercados - transferir a parada do lado do Rio Sergipe para antes da faixa de travessia existente, no local dos estacionamentos de veículos; transferir a parada do lado dos mercados para antes da faixa de travessia aproveitando os estacionamentos de veículos existentes.

Esses estacionamentos não fazem parte do Rotativo Aju, por isso, essa transferência facilitaria a travessia das pessoas na faixa, pois os ônibus estariam com velocidade baixa e com a parada de mais de um ônibus no ponto, estes espaços não obstruiria as faixas.

- ✓ Organizar os estacionamentos existentes de veículos nos Mercados - As vagas que sobram na frente leste dos mercados após a transferência do ponto de parada seriam distribuídas para os idosos e deficientes com cartão de identificação. As vagas que antecedem o estacionamento de ônibus de turismo devem ser reservadas para veículos menores (vans) de turismo.
- ✓ Construir Faixas de Travessia Elevada de Pedestre com Sinalização Tátil e Sonora para deficientes visuais de acordo com a ABNT - A construção e as sinalizações táteis e sonoras estão descritas nas Normas 9050 e 16537 da ABNT. Com os constantes recapeamentos das ruas e avenidas de Aracaju, os rebaixamentos das calçadas, o problema persistiria para os deficientes visuais. A faixa elevada durará mais e com as duas sinalizações trará autonomia aos deficientes visuais e facilitará a todas as pessoas que precisam fazer essas travessias todos os dias. A partir dessas ações o turismo Aracaju se destacará como uma cidade acessível, fato que trará muitos benefícios.

Proposta Tecnológica

Para no horário comercial poder disciplinar o uso e ter sempre vagas nos estacionamentos gratuitos após as modificações urbanas propostas, pode-se utilizar o aplicativo Rotativo AJU em todos os locais da área central. Para isso pretende-se:

- ✓ - Utilizar o cadastro dos veículos de turismo para licenciar os estacionamentos através do aplicativo, teria um tempo X para ficar na vaga, com cobrança de valor específico.
- ✓ - Criação de um mapa de estacionamentos turísticos nas imediações dos atrativos;
- ✓ - Para os estacionamentos de idosos e deficientes, deve se cadastrar a placa e o número do seu cartão pela SMTT num portal de utilização de vagas específicas criadas e mantidas pelo poder público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade de Aracaju possui problemas de mobilidade e acessibilidade nos seus espaços públicos desde a parada e ou estacionamento até a circulação das pessoas pelas suas vias. Nas calçadas, na maioria, não há condições da circulação das pessoas porque possuem obstáculos, impossibilitando o seu uso por todos, principalmente por pessoas com deficiência e/ ou com mobilidade reduzida. Isso acontece em diversos atrativos distribuídos pela cidade, fato que refletindo no turismo.

Consideramos que já existem leis e normas para mudar essa situação, é só aplicá-las, para tornar a cidade acessível para todas as pessoas e ser um referencial no turismo, tanto no plano nacional como internacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT. NBR 9050. Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. 2. Ed. 2004. Disponível em: http://www.mpdft.gov.br/sicorde/NBR9050-31052004.pdf . Acesso em: 30 abr. 2018.

ARACAJU. Lei n. 4.444, de 16 de outubro de 2013. Disponível em: https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=261422 Acesso em: 03 set. 2018.

BRASIL. Decreto n. 5.296, de 02 de dezembro de 2004. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm Acesso em: 07 mar. 2018.

BRASIL. **Lei n. 12.587**, de 03 de janeiro de 2012. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12587.htm . Acesso em 07. Março de 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Acessível**: Introdução a uma Viagem de Inclusão. Volume I. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

SAAD, Ana Lucia. **Acessibilidade:** guia prático para o projeto de adaptações e de novas edificações. São Paulo: Pini, 2011.

DISCUSSÃO SOBRE A IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE HOSPEDAGEM ALTERNATIVA "CAMA E CAFÉ" NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO CRISTÓVÃO/SE[44]

Pedro da Silva Santos[45]
Cristiane Alcântara de Jesus Santos[46]

RESUMO

O Programa "Cama e Café" tem sido bastante exitoso em países localizados na Europa e América do Norte. No Brasil, o bairro de Santa Teresa localizado na cidade do Rio de Janeiro, tem apontado bons resultados no que diz respeito a implantação dessa proposta tratando-se de um grande exemplo a seguir. Assim, este trabalho visa discutir a proposta de implantação do programa de hospedagem alternativa "cama e café" no centro histórico da cidade de São Cristóvão/SE, a fim de garantir a ampliação do tempo de permanência dos turistas na cidade. A inexistência de meios de hospedagem na cidade tem dificultado a permanência dos visitantes que chegam para conhecer as potencialidades turísticas e apreciar de perto a cultura local por mais de um dia. Desta forma, a proposta presente neste trabalho está pautada em uma demanda que precisa ser atendida para que o turismo possa se converter em uma alternativa de desenvolvimento local. A partir do objetivo estabelecido, foram adotados alguns procedimentos metodológicos que perpassaram pelo levantamento bibliográfico, em que foram consultados autores que trabalham com a temática em questão, a técnica de observação, pesquisas documentais e visitas in loco. Por fim, concluímos que esse programa alavancará o desenvolvimento da atividade turística local, uma vez que possibilitará que o turista tenha o convívio com os moradores em experiências excepcionais através do contato direto com os hábitos e costumes da cultura local.

Palavras - Chaves: Meios de hospedagem. "Cama e Café". Visitante.

ABSTRACT

The bed and breakfast Program has been very successful in countries located in Europe and North America, and in Brazil the Santa Teresa neighborhood located in the city of Rio de Janeiro has shown good results regarding the implementation of this proposal being a great example to follow. Thus, this paper aims to discuss the proposal to implement the "bed and breakfast" alternative lodging program in the historical center of the city of São Cristóvão / SE, in order to guarantee the extension of the stay of tourists in the city. The lack of means of lodging in the city has made it difficult for visitors to come to know the tourist potential and appreciate the local culture for more than a day. In this way, the present proposal is based on a demand that needs to be met so that tourism can become an alternative of local development. Based on the established objective, a number of methodological procedures were adopted, which covered the bibliographical survey, in which authors were consulted on the subject, observation technique, documentary research and on-site visits. Finally, we conclude that this program will leverage the development of the local tourist activity, since it will enable the tourist to live with the residents in exceptional experiences through direct contact with the habits and customs of the local culture.

Keywords: Hosting. "Bed and Breakfast". Visitor.

[44] Artigo fruto do trabalho de conclusão de curso intitulado "Proposta de Implementação do Programa de Hospedagem Alternativa: "Cama E Café" no Centro Histórico de São Cristóvão/SE apresentado no PPGTUR/UFS.

[45] Turismólogo. Especialista em Planejamento do Turismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: pedroturismologo@gmail.com

[46] Geógrafa. Mestre em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Doutora em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental, Universitat de Barcelona, Espanha. Professora do Curso de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: cristie09@uol.com.br.

INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta uma discussão acerca de uma problemática existente no município de São Cristóvão/SE no que tange a ausência de meios de hospedagem. De acordo com as pesquisas de gabinete realizadas no conjunto de dados abertos do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR) do Ministério do Turismo (MTUR), foi possível perceber a inexistência de meios de hospedagem na localidade, sendo esta considerada a "Cidade Mãe de Sergipe" por ser em outrora a primeira capital Sergipana e a 4ª cidade mais antiga do Brasil.

Essa inexistência de meios de hospedagem tem dificultado a permanência dos visitantes que chegam para conhecer as potencialidades turísticas e apreciar de perto a cultura local por mais de um dia. Tal fato impossibilita que a atividade turística se desenvolva, e consequentemente, que a comunidade não tenha a oportunidade de apresentar suas experiências culturais aos turistas.

Para a cidade de São Cristóvão, há possibilidades mais simplificadas e rentáveis para que a comunidade de forma direta consiga ofertar esse serviço de hospedagem. Desta forma, partiremos da proposta de implantação do programa de hospedagem alternativa, denominado "Cama e Café", tradução do inglês: *Bed and Breakfast* ou *"B&B"*.

O Programa "Cama e Café" já apresenta bastante êxito na Europa, América do Norte, e, agora no Brasil, tendo como pioneiro neste programa, o bairro de Santa Teresa localizado na cidade do Rio de Janeiro, que atualmente trata-se de um grande exemplo a seguir. Em Sergipe, ainda não existem práticas que apontem para a implementação de tal o programa, o que gerou a inquietação de propor a discussão acerca da possibilidade de implementação deste programa de "hospedagens em domicílios" na cidade histórica de São Cristóvão, na tentativa de alavancar o desenvolvimento socioeconômico e cultural.

Com isso, afirmamos que esse programa ajudará no desenvolvimento socioeconômico e cultural por também trazer renda extra direta e integralizada nas mãos dos anfitriões na comunidade local, sem exploração dos recursos, já que esse tipo de hospedagem não paga impostos por se tratar de empreendedor individual (EI) e, desta forma, trata-se de um meio de hospedagem isento de qualquer tipo de cobrança fiscal.

Partindo-se desse princípio, este artigo tem como objetivo principal propor a implantação do Programa de hospedagem "Cama e Café" no centro histórico de São Cristóvão/SE, a fim de ampliar o tempo de permanência dos turistas na cidade e, consequentemente, o gasto deste turista movimentando a economia local. Para atingir este

objetivo, utilizamos como procedimentos metodológicos o levantamento bibliográfico, em que foram consultados autores que trabalham com a temática em questão, a técnica de observação, pesquisas documentais e visitas *in loco*, a fim de construir a contextualização do tema proposto.

DELIMITAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Como proposta, definimos que o Programa "Cama e Café" alcançará inicialmente apenas o centro histórico da cidade de São Cristóvão (FOTO 1). Para atender uma demanda existente nesta área tombada e reconhecida como patrimônio estadual, nacional e mundial (Praça São Francisco-Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade).



FOTO 1 - Vista Aérea do Centro Histórico de São Cristóvão/SE
Fonte: Amarcel, 2009.

Esta praça configura-se como principal atrativo turístico local, uma vez que atrai visitantes excursionistas de vários países do mundo. Tal afirmação está embasada nos dados identificados nos livros de registros de visitas do Museu de Arte Sacra (MAS), Museu Histórico de Sergipe (MHS), Casa do Folclore e Posto de Informação Turística, mas que não pernoitam na cidade histórica, pela ausência de equipamentos de hospedagens.

O site oficial do IPHAN[47] reforça a importância do conjunto arquitetônico de São Cristóvão ao ressaltar que,

> O conjunto arquitetônico, urbanístico e paisagístico de São Cristóvão concentra o maior número de ações do Iphan em Sergipe. Os primeiros tombamentos ocorreram na década de 1940 e o conjunto foi tombado em 1967. A cidade é considerada um registro único e autêntico de um fenômeno urbano singular no Brasil, período durante o qual Portugal e Espanha estiveram unidos sob uma única coroa, nos reinados de Felipe II e Felipe III, entre 1580 e 1640.

Com o Programa "Cama e Café", oportunizaremos o desenvolvimento socioeconômico e cultural da comunidade local envolvida, uma vez que essa forma de hospedagem se configurará como uma estratégia que irá reaproximar o visitante da vivência do anfitrião.

CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA

São Cristóvão foi a primeira capital do Estado de Sergipe. Fundada em 1º de janeiro de 1590 por Cristóvão de Barros, após lutas travadas contra índios da região. Ao longo do tempo, a ex-capital do Estado de Sergipe ficou conhecida pelo seu rico patrimônio histórico e cultural, manifestado por sua configuração urbana e, especialmente, pela Praça São Francisco, reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade pela UNESCO, em 01 de agosto de 2010.

Santos (2017, p. 237) afirma que,

> Esta acción ha sido de gran importancia, ya que puede actuar como forma de asegurar su reconocimiento histórico y, aunque no posea todavía una planificación estratégica y la inexistencia de una política turística, puede ampliar el flujo de turistas en la ciudad con la posibilidad de promover el desarrollo económico y social[48].

A cidade é dividida em dois planos: cidade alta, onde fica o centro histórico administrativo e a cidade baixa de maior concentração comercial. Na parte baixa, o comércio é forte, dinamizando a região, transmitindo os sons, sabores e fazeres das peculiaridades deste povo. Na parte alta, o cenário muda com as experiências em contemplar casarios, igrejas, museus, praças, artesanatos, folguedos, comidas típicas, manifestações culturais e religiosas, entre tantos outros elementos identitários que encontramos no centro histórico.

[48] "Esta ação foi de grande importância, já que pode atuar como forma de assegurar seu reconhecimento histórico e, embora não possua ainda um planejamento estratégico e a inexistência de uma política turística, pode ampliar o fluxo de turistas na cidade com a possibilidade de promover o desenvolvimento econômico e social" (Tradução nossa).

De acordo ainda com o site do IPHAN[49],

> Em São Cristóvão, houve a fusão das influências das legislações e práticas espanhola e portuguesa na formação de núcleos urbanos coloniais. Primeira capital de Sergipe e quarta cidade mais antiga do Brasil, está situada no alto de uma encosta e, portanto, dividida entre cidade baixa e alta, onde as construções religiosas determinam seu traçado. O chão de pedra, a arquitetura colonial, as igrejas e museus compõem o seu patrimônio histórico, artístico e cultural.

Para tanto, percebemos que passear pelas ladeiras e estreitas ruas de São Cristóvão, proporcionam sensações fascinantes, permitindo que façamos uma viagem no imaginário de uma cidade ainda colônia como em outrora.

ATRATIVOS E RECURSOS TURÍSTICOS

A cidade de são Cristóvão apresenta vários atrativos e equipamentos de apoio à atividade do turismo como: a Praça São Francisco - Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade; a Igreja e Convento São Francisco; o Museu de Arte Sacra; a Biblioteca Municipal Lourival Baptista; a Casa do Folclore Zeca Norberto; a Igreja Santa Isabel; o Museu Histórico de Sergipe; o Museu da Policia Militar; o Ateliê Nivaldo Oliveira; o Espaço Licor & Artes; o Espaço dos Saberes e Fazeres; a Casa do Cordel; a Praça Getúlio Vargas; a Igreja Matriz Nossa Senhora da Vitória; o Memorial Irmã Dulce; a Igreja Nossa Senhora. do Carmo; a Igreja Nosso Senhor dos Passos; o Museu dos Ex-votos; o Espaço Cultural D´Época; a Igreja Nossa Senhora. do Amparo; a Igreja Nossa Senhora do Rosário; o Cristo Redentor; a Praça da Bíblia; a Casa da queijada; a Casa dos Bricelets; o Atracadouro do Terminal Turístico (Passeios pelo Rio Paramopama); além das manifestações Culturais: Folguedos: Caceteira de Mestre Rindú, Chegança, Samba de Coco da Ilha Grande, Batalhão de Mestre Jorge, Reisado de Satú, Grupo Negros do Ilê Axé, Taieira, São Gonçalo; Festas Religiosas: Festa de Passos, Procissão do Fogaréu, Procissão de Corpus Christi, Procissão da Padroeira Nossa Senhora da Vitória entre outras; Festival de Artes de São Cristóvão – FASC; Carnaval dos Carnavais; São João da Tradição entre outras; na Literatura: Academia Sancristovense de Letras e Arte, Cordéis, Roda de Leituras, Férias na Biblioteca, entre outros.

Todos esses bens representam o patrimônio de um povo que ao longo do seu tempo, veio construindo esses signos que tanto os representam e que carece de zelo e salvaguarda. Funari e Pelegrini (2006, p. 59) afirmam que,

[49] Informação extraída do Portal do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/358/> Acesso em: 20 de julho de 2018.

> Por certo, a implementação de politicas patrimoniais deve partir dos seios da comunidade e ser norteada pela delimitação democrática dos bens reconhecidos como merecedores de preservação. Mas a seleção dos bens a serem tombados precisa estar integrada aos marcos identitários reconhecidos pela própria comunidade na qual se inserem.

Esse sentimento aflorado de pertencimento e apropriação do seu patrimônio na comunidade em que vive, desperta autoestima, alavancando o orgulho e o espírito de cooperação e participação no desenvolvimento sociocultural e econômico do turismo local.

Assim, concordamos também com o Cooper (2007, p.15) ao afirmar que

> se os turistas apreciarem o patrimônio cultural de um destino, essa apreciação poderá estimular o orgulho dos moradores e promover as tradições, os costumes locais e até o artesanato, provocando, assim, aumento da autoestima da população local.

Essa relação "visitante-visitado" deve ser bastante cordial, espontânea e menos comercial, para que a troca de informações flua naturalmente, ganhando experiências ambos os lados, com a atividade do turismo. É importante destacar o papel da comunidade nesse contexto, uma vez que "la percepción de los residentes es punto clave para el desarrollo de una propuesta que funcione de manera exitosa[50]" (SANTOS, 2017, p. 341).

SERVIÇOS

Os serviços de apoio à atividade turística na cidade de São Cristóvão são bastante limitados. Destacamos como serviços básicos de apoio ao turismo: o Posto de Informações Turísticas- PIT; a DAFEM – Agência de Turismo; o Banco Bradesco; o Paço Municipal; a Lanchonete "Casa dos *Bricelets*"; o Conselho Tutelar; a Panificação Colonial; a Fundação Municipal de Cultura e Turismo – FUNDACT; uma agência da Caixa Econômica Federal, a Casa da Queijada; a Delegacia de Policia; o Petisku´s Bar e Restaurante; o Restaurante Pôr do Sol; o Madu Restaurante; a Farmácia Histórica; Farmácia Santana; o Restaurante Maria Mattos; o Hospital Senhor dos Passos; o Posto de Combustível; o Terminal Rodoviário; o Banco do Brasil, o Ponto Banese e a Segurança Pública. Além de outros com menor grau de importância.

Através das visitas técnicas foi possível detectar que a qualificação profissional para o atendimento aos visitantes é ineficiente, e, não atende as exigências de órgãos competentes como o Ministério do Turismo, que através do Plano Nacional de Turismo (PNT), tem traçado

[50] "A percepção dos residentes é um ponto chave para o desenvolvimento de uma proposta que funcione de maneira exitosa" (Tradução nossa).

diretrizes nas politicas públicas para desenvolver ações e estratégias para promover a capacitação dos prestadores de serviços nesta atividade que tanto tem se desenvolvido no Brasil.

Segundo o Ministério do Turismo em seu PNT (2018-2022),

> É importante salientar que o ministério busca trabalhar em colaboração não apenas com outros órgãos e entidades da administração pública – em âmbito federal, nos estados e nos municípios – mas também em parceria com entidades representativas do próprio setor (BRASIL, 2018, p.112).

Deste modo, percebemos a importância de buscar sempre parcerias de instituições privadas, públicas e de setores não governamentais para se desenvolver ações que venham proporcionar melhor prestação do serviço nestes destinos, como é o caso de São Cristóvão. O PNT (2018-2022) reforça essa ideia ao afirmar que

> É nesse contexto que se propõe ampliar o número de agentes fiscais de turismo vinculados ao Ministério do Turismo e aos órgãos oficiais de turismo em âmbito estadual e distrital e ampliar as parcerias para fortalecer e intensificar as ações de fiscalização dos prestadores de serviços turísticos (BRASIL, 2018, p. 112).

Para tanto, vimos que a atividade turística precisa desenvolver com maestria os serviços de forma geral. Desta forma, o turismo poderá alavancar o tão sonhado desenvolvimento local.

A hospedagem domiciliar pode se configurar como uma alternativa para a comunidade de São Cristóvão, tendo em vista que, no Brasil, além do caso de Santa Tereza, já destacado anteriormente, existem outros casos exitosos, a exemplo de localidades como Recife, Salvador, Brasília e Ouro Preto. Para Vignati (2012, p. 13),

> A hospedagem domiciliar é uma modalidade em que os moradores da cidade oferecem um ou mais cômodos de sua própria residência para receber visitantes. Muito conhecida em outros países como "*Bed and Breakfast*", tem uma grande vantagem: a integração do visitante à cultura local. Atua como um complemento ao setor hoteleiro, atendendo a uma clientela especifica. Em Santa Teresa, no Rio de Janeiro, a Rede "Cama & Café" é um bom exemplo de como é o funcionamento de uma estrutura de hospedagem domiciliar.

Assim, notamos que essa alternativa é uma excelente oportunidade para solucionar a problemática da cidade histórica de São Cristóvão.

INFRAESTRUTURA

A infraestrutura é um dos elementos essenciais para a composição de uma oferta turística, uma vez que é muito importante para o desenvolvimento de uma comunidade, atrativo ou um destino. Portanto, qualquer produto comercializável para a atividade do turismo, deve

apresentar ao mercado turístico excelentes condições físicas e estruturas funcionais, que venham facilitar e garantir aos consumidores-visitantes; fácil acesso, localização, orientação, transporte, hospedagem, alimentação, atendimento qualificado, higienização, segurança, entre outros.

Para tanto, Vignati (2012, p. 15) destaca que,

> não esqueça que, mesmo com equipamentos e infraestruturas de alto padrão de qualidade, as empresas precisam de funcionários habilitados para garantir que os serviços sejam prestados com eficiência. Promover o desenvolvimento de funcionários não é um custo; é um investimento que trará retorno para o destino e os empreendimentos locais.

Assim, vimos que o serviço está atrelado as estruturas de apoio ao turismo, ambos funcionam em sinergias para promover de forma eficaz um produto ou um atrativo de interesse do mercado.

Quando falamos em infraestruturas e estruturas básicas de apoio ao turismo, destacamos os meios de hospedagem, já que é o objeto em estudo. Podemos considerar o programa "Cama e Café" como um equipamento de suporte ao desenvolvimento do turismo em algumas comunidades que aderiram ao programa já reconhecido e formalizado pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBCLASS), do MTUR.

Por tanto, podemos considerar esse equipamento de hospedagem domiciliar como uma estrutura básica de intervenção particular para alavancar o desenvolvimento da atividade turística na localidade, a qual poderia ser no centro histórico de São Cristóvão. Para o Mtur[51],

> O CAMA & CAFÉ" de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o Cama & Café deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.

Desta forma, podemos sugerir a implementação desse programa na cidade histórica de São Cristóvão, já que a mesma tem buscado parceria e direcionamento em todas as instâncias, além de apoio para desenvolver politicas públicas de desenvolvimento do turismo de forma sustentável, e, também vem melhorando a infraestrutura local para atender a comunidade e visitantes.

[51] *Site* do Ministério do Turismo. Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem - Cama e Café. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Entenda?tipo=4> Acesso em: 03 de mar. de 2018.

DEMANDA TURÍSTICA

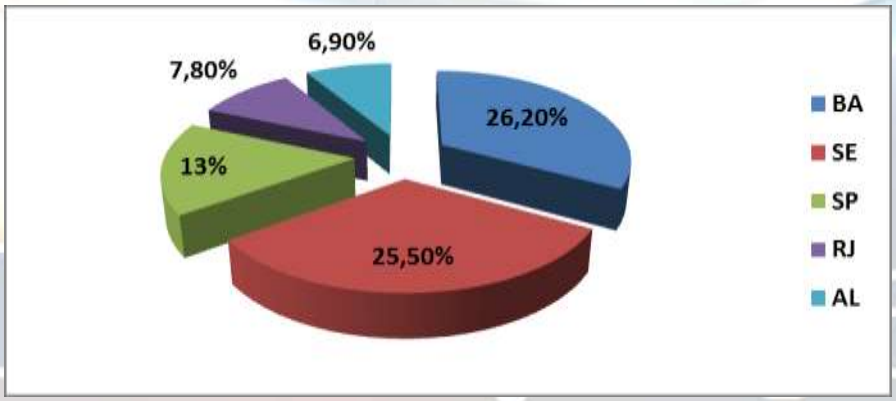
Em São Cristóvão, não muito diferente do Brasil, como afirma Beni (2007, p. 239),

> Faz apenas trinta anos que ela começou a ser estudada em profundidade. A necessidade de se ajustar a oferta turística à demanda conduziu os poderes públicos e os meios profissionais a analisarem a demanda turística para encontrar soluções tanto provisórias quanto definitivas, visando canalizar da melhor forma o fluxo de consumidores.

Por tanto, o país fica em desvantagem quando comparado a outros países, que vem aplicando esse tipo de estudo sistemático de mercado, muito antes do Brasil. De fato, é importante que sejam realizadas essas análises através de pesquisas aos fatores socioeconômicos, psicológicos, fazendo um estudo aprofundado das motivações para conhecer melhor o fenômeno do turismo.

O município de São Cristóvão ainda não tem um estudo de demanda sistematizado. Assim sendo, partiremos dos dados levantados pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), no ano de 2018, sobre a caracterização da demanda turística em Sergipe. Este estudo foi realizado nos 2 (dois) polos prioritários de Sergipe: Costa dos Coqueirais e Velho Chico. O município de São Cristóvão está inserido no polo Costa dos Coqueirais, juntamente com mais 12 municípios: Aracaju, Barra dos Coqueiros, Nossa Senhora do Socorro, Laranjeiras, Estância, Itaporanga D´Ajuda, Indiaroba, Pacatuba, Santa Luzia do Itanhy, Riachuelo, Brejo Grande e Pirambu.

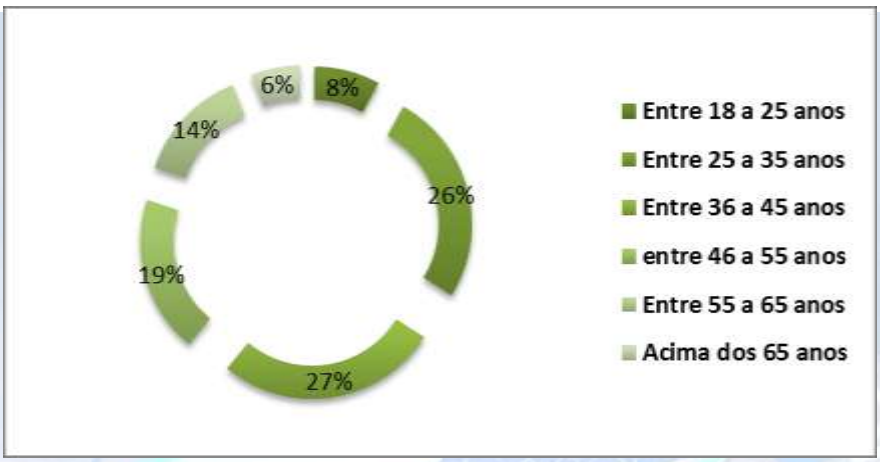
GRÁFICO 1: POLO COSTA DOS COQUEIRAIS - PRINCIPAIS ESTADOS EMISSORES - 2018



Fonte: FGV, 2018.

Como demonstra o gráfico acima, Sergipe representa o segundo colocado como emissivo para ele mesmo, o que percebemos que isso significa que os sergipanos estão buscando conhecer mais seu Estado e sua história.

GRÁFICO 2: POLO COSTA DOS COQUEIRAIS - PERFIL DOS VISITANTES - 2018



Fonte: FGV, 2018.

Neste gráfico percebemos a faixa etária dos visitantes, o que comprova um perfil constituído maioritariamente por jovens e adultos. Este dado fortalece o perfil do turista que busca a hospedagem alternativa de "cama e café". Assim, identificamos mais um motivo para se propor um programa de "cama e café" nesta cidade, onde as buscas são sempre as trocas por experiências de vivências múltiplas.

O SBCLASS E O CAMA E CAFÉ NO BRASIL

Com o desenvolvimento da rede de meios de hospedagem no Brasil, nos últimos anos, foi necessário criar um sistema que pudesse controlar, monitorar, fiscalizar, certificar e direcionar ao mercado turístico, para a comercialização como produto de acordo com os serviços e estruturas físicas desses equipamentos.

Assim, de acordo com Ministério do Turismo[52]

> Consideram-se meios de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

[52] Retirado do *Site* do Planalto. Art. 23 da Lei nº 11.771/2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm> Acesso em: 08 de agosto. de 2018.

Por tanto, essa definição atende a qualquer uma das modalidades existentes de acordo com o SBClass, que determina a certificação e classificação destes. O MTUR reforça sobre esse importante sistema,

> o novo Sistema Brasileiro de Meios de Hospedagem (SBClass) foi elaborado de forma participativa, através de uma ampla parceria entre o Ministério do Turismo, Inmetro, a Sociedade Brasileira de Metrologia-SBM e a sociedade Civil, e adotado como estratégia para o país, aumentando a competitividade do setor (BRASIL, 2018, p. 3).

Para o programa "Cama e Café", já reconhecido por esse sistema, ficou determinado que sua categorização ficaria em no mínimo 1 (uma) estrela e no máximo 4 (quatro) estrelas. Estes equipamentos terão que operacionalizar esse serviço, atendendo os requisitos básicos e primordiais, como aponta o SBClass do MTUR: infraestrutura, serviços e a sustentabilidade.

No entanto, torna-se necessário o envolvimento da comunidade para que este serviço se torne realidade em São Cristóvão, pois como afirma Garcia (2014) o perfil dos anfitriões deve ser constituído por pessoas que gostem de receber, acolher e hospedar, a fim de que este novo serviço se torne exitoso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, a cidade de São Cristóvão apresenta grande potencial turístico, mas apresenta um problema em um dos tripés da atividade turística: meios de hospedagem. Assim sendo, levantamos a discussão sobre o programa "Cama e Café" enquanto um serviço prestado pela comunidade que poderá ampliar o tempo de permanência do turista na cidade e contribuirá para o aumento do gasto médio do turista, favorecendo a prática turística na localidade.

Com isso, concluímos que esse programa alavancará o desenvolvimento da atividade turística local, oportunizando o convívio com os moradores em experiências excepcionais, através do contato direto com os hábitos e costumes da cultura local. Os turistas conhecerão São Cristóvão pelos são-cristovenses, num atendimento personalizado, com dicas de festas, passeios e roteiros elaborados a partir do olhar dos residentes.

Desta forma, esta ação poderá gerar o desenvolvimento socioeconômico e cultural dos envolvidos no turismo, alavancando as expectativas e, sobretudo, melhorando a renda e geração de empregos diretos e indiretos. Espera-se que com isso haja uma melhoria na autoestima dos anfitriões desta cidade que agrupa um conjunto grandioso de acervo cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 12. ed. rev. e atualiz. São Paulo: Editora Senac, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo - 2018-2022**: "Mais emprego e renda para o Brasil". Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf> Acesso em: 22 de julho de 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem** - Cama e Café. Disponível em: < http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action > Acesso em: 03 de mar. de 2018.

BRASIL. Decreto n. 11.771. de 17 de set. De 2008. **Política Nacional de Turismo**. Brasília. DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm> Acesso em: 09 de set, de 2018.

COOPER, Chris. **Turismo:** princípios e práticas. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

FUNARI, Pedro Paulo A; PELEGRINI, Sandra de Cassia A. **Patrimônio Histórico e Cultural.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

GARCIA, Ana Paula da Matta. **Os Desafios do Planejamento da Comunicação para Implementação de um Programa de Hospedagem Alternativa:** O Estudo de Caso do Projeto "Cama e Café" de Brasília. Brasília: UniCEUB/ICPD, 2014.

SANTOS, C. A. J. **El Turismo como Factor de Desarrollo**: El caso de Sergipe. Barcelona, 2017. Tese (Doutorado em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental). Departamento de Geografia Humana, Universitat de Barcelona.

VIGNATI, Frederico. **Gestão de Destinos Turísticos** – Como atrair pessoas para polos, cidades e países. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2012.

A SUSTENTABILIDADE NA PERSPECTIVA DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES[53]

Joseane Solon dos Santos[54]
Jennifer Caroline Soares[55]

RESUMO

O conceito de sustentabilidade, que foi formalizado na década de 1980, começou a ser incluído nos processos de planejamento do turismo principalmente a partir da realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente realizada no Rio de Janeiro em 1992. Neste contexto, surgem diversos conceitos relacionados ao planejamento das cidades, tais como: Cidade Sustentável e Cidade Inteligente, e a gestão do turismo apropria-se desta última surgindo o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes- DTI. Considerando que turismo é um fenômeno de enorme importância para a sociedade moderna são notáveis os avanços nos modelos de planejamento e gestão, onde a perspectiva de sustentabilidade assume um papel central e na mesma proporção se transforma em fonte de discussão. O presente estudo tem por objetivo analisar a inclusão da perspectiva da sustentabilidade nos modelos de DTI. Através de uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental. Com a realização do estudo foi possível identificar que a sustentabilidade é um elemento central das cidades e destinos inteligentes, juntamente com a inovação. Com relação aos modelos de DTI, foi possível observar que incluir o modelo urbano e turístico é importante para que haja um desenvolvimento sustentável. Por outro lado, incluir a sustentabilidade como uma variável do modelo pode comprometer o seu entendimento como princípio de caráter transversal que deve permear todos os indicadores.

Palavras-chave: Planejamento. Sustentabilidade. Destinos Turísticos Inteligentes.

RESUMEN

El concepto de sostenibilidad, formalizado en la década de 1980, empieza a ser incluido en los procesos de planificación del turismo principalmente después de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente, celebrada en Río de Janeiro en 1992. En este contexto, surgen diversos conceptos relacionados con la planificación de las ciudades, tales como: Ciudad Sostenible y Ciudad Inteligente, y la gestión del turismo se apropia de esta última surgiendo el concepto de Destinos Turísticos Inteligentes - DTI. Considerando que el turismo es un fenómeno de grande importancia para la sociedad moderna, son notables los avances en los modelos de planificación y gestión, en los cuales la perspectiva de sostenibilidad asume un papel central y a la vez se convierte en fuente de discusión. El presente estudio tiene por objetivo analizar la inclusión de la perspectiva de la sostenibilidad en los modelos de DTI. A través de un estudio exploratorio y descriptivo con abordaje cualitativo se realizó una investigación bibliográfica y documental. Con la realización del estudio fue posible identificar que la sostenibilidad es un elemento central de las ciudades y destinos inteligentes, de forma asociada a los procesos de innovación. Con respecto a los modelos de DTI, fue posible observar que incluir el modelo urbano y turístico es importante para lograr un desarrollo sostenible. Por otro lado, incluir la sostenibilidad como una variable del modelo puede comprometer su entendimiento como principio de carácter transversal que debe permear todos los indicadores.

Palabras clave: Planificación. Sostenibilidad. Destinos Turísticos Inteligentes.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC

[53] Pesquisa realizada com apoio do Programa Institucional de Iniciação Científica PIBIC/UFS.

[54] Acadêmica da Graduação em Turismo da Universidade Federal de Sergipe. Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: joseanesolonsantos@yahoo.com.br

[55] Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. Doutora em Turismo pela Universidade de Alicante - Espanha. Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: jennifercarolinesoares@gmail.com

INTRODUÇÃO

Por ser um fenômeno de enorme importância para a sociedade moderna, o turismo é capaz de proporcionar significativas contribuições no desenvolvimento e renovação de cidades, através de processos sociais e econômicos. Assim como em outras áreas de atuação, a atividade turística também acarreta uma série de impactos negativos e por isso faz-se necessário que seu desenvolvimento ocorra de maneira planejada (DIAS, 2003; MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2016).

No ano de 1970, na Conferência de Estocolmo, torna visível a preocupação com a problemática ambiental no âmbito mundial, e no final da década de 1980 o conceito de desenvolvimento sustentável é formalizado pelas Nações Unidas através do informativo "Nosso Futuro Comum" (MIGUEL E MORALEJO, 2001). Nele o conceito é definido como aquele que, "satisfaz as necessidades da geração presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras para satisfazer suas próprias necessidades" (CMMAD, 1987, *apud* MIGUEL E MORALEJO, 2001, p. 195, Tradução do autor). Para a ONU, as necessidades incluiriam: consideração das dimensões ambiental (redução da degradação ambiental através de um uso mais eficiente dos recursos naturais) e redução da pobreza e das desigualdades sociais, estas ligadas ao processo de desenvolvimento econômico (CANDIOTTO, 2009).

A perspectiva de desenvolvimento sustentável contida no documento "Nosso bem comum" destaca inicialmente a preocupação com a utilização dos recursos naturais com vistas à conservação e preservação. Posteriormente houve desdobramentos em busca do equilíbrio das três dimensões: social, econômica e ambiental. Mikhailova (2004) considera que existem várias visões e interpretações da sustentabilidade.

Por não identificar a existência de um consenso ou um conceito absoluto sobre a sustentabilidade as autoras Benites e Mello (2015) destacam a importância de um *dashboard* de sustentabilidade. Consiste em um sistema de seleção de indicadores de sustentabilidade recomendados por especialistas, representando o consenso entre vários organismos cooperando na elaboração de um sistema de fácil entendimento. Ele se destaca pelo maior número de indicadores num conjunto mais amplo reunindo várias perspectivas da sustentabilidade: ambiental, social, econômica, institucional e cultural.

A perspectiva de sustentabilidade começou a ser incluída nos processos de planejamento do turismo e das cidades em geral principalmente a partir da realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente realizada no Rio de Janeiro em 1992. Também nesta década ocorre a popularização da internet que acarreta em importantes transformações. De

acordo com Cocchia (2014) tanto a internet como a perspectiva da sustentabilidade tiveram um importante papel no surgimento do conceito de cidades inteligentes.

O planejamento e a gestão do turismo absorveram a perspectiva de cidade inteligente e surgiu o conceito de DTI. O conceito absorve as premissas de sustentabilidade, inovação e tecnologia advindas do conceito de cidade inteligente, inserindo a perspectiva do atendimento das expectativas dos turistas (SOARES et. al., 2017). Considerando a importância da sustentabilidade e o crescente desenvolvimento da perspectiva de DTI, o objetivo deste artigo foi o de analisar a inclusão da perspectiva da sustentabilidade nos modelos de DTI.

Foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva com abordagem qualitativa. Através de uma revisão bibliográfica e documental foram identificados e analisados de forma descritiva dois modelos de DTI: 1. Invat.tur, 2015; 2. Ivars-Baidal; Solsona-Monzonís; Giner-Sánchez, 2016.

CIDADES E DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

O conceito de cidade inteligente surgiu a partir da necessidade de buscar soluções inteligentes e eficientes para problemas gerados pela concentração humana nos centros urbanos. De acordo com ALBINO. et al (2015) o termo foi utilizado pela primeira vez em 1990 com foco nas TIC's (Tecnologia da Informação e Comunicação). No que se refere aos fatores ou características para uma cidade inteligente, os autores Giffinger et. al (2007, p. 11-12) definem diversas características, entre elas: proteção ambiental e a gestão sustentável dos recursos relacionados à qualidade de vida, aos transportes e às TIC's, ao capital humano e social, à competitividade e à participação política e social.

Na visão de Leite (2012, p.9) "as cidades inteligentes ou *Smart Cities*, podem e devem alavancar a otimização da vida urbana." Neste contexto deve-se considerar também, entre outros fatores, o *smartcitizen*, como citado acima. Assim como na perspectiva de sustentabilidade, as aplicações práticas de cidades inteligentes encontram uma abordagem fundamental ao desenvolvimento integral das cidades o que se traduz, como consequência, em melhorias na qualidade de vida da população e na garantia da conservação dos recursos existentes no meio urbano (LEITE, 2012).

Na perspectiva da sustentabilidade, Thuzar (2011) *apud* Albino et al (2015) comentam que:

> Smart cities of the future will need sustainable urban development policies where all residents, including the poor, can live well and the attraction of the towns and cities is preserved [...] and manage natural resources through participatory policies. Smart cities should also be sustainable, converging economic, social, and environmental goals.

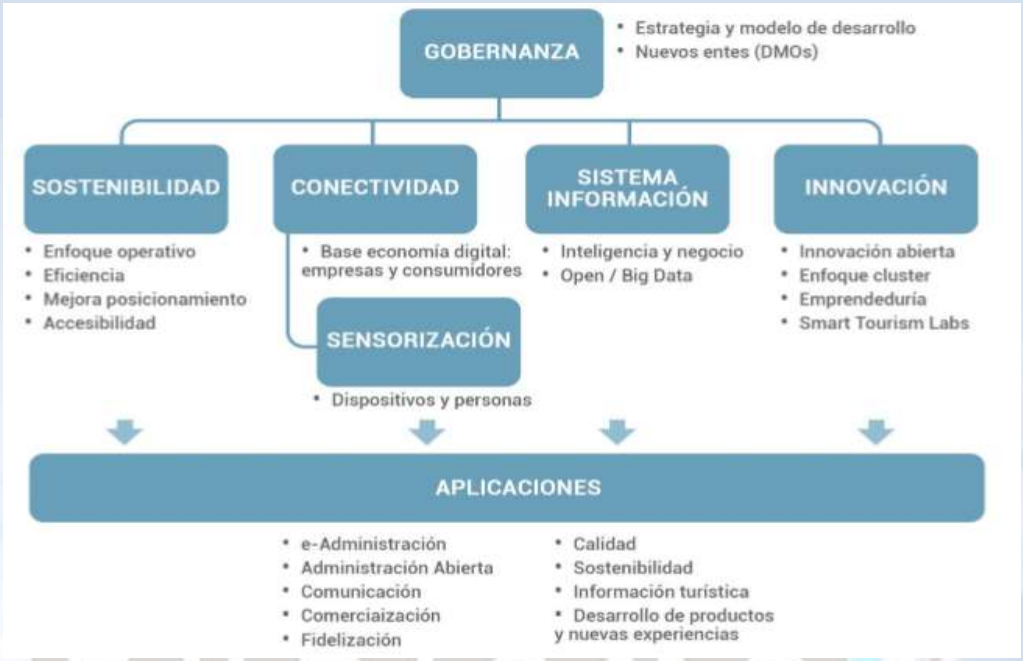
A aplicação do termo de Destino Turístico Inteligente - DTI surge a partir da adoção da perspectiva de cidade inteligente pela gestão turística. Esta se considera apropriada considerando as mudanças que acontecem no turismo, e por possuir um enfoque complementar e compatível a outras perspectivas de planejamento e gestão (IVARS-BAIDAL; SOLSONA-MONZONÍS; GINER-SÁNCHEZ, 2016). Entretanto, alguns autores consideram que no que se refere a "[...] geografia, investigações recentes detectam uma falta de fundamentos teóricos e deficiências metodológicas em torno do projeto institucional dos destinos turísticos inteligentes, promovidos pelas administrações turísticas" (MÍNGUEZ; RUIZ, 2014 apud IVARS-BAIDAL; SOLSONA-MONZONÍS; GINER-SÁNCHEZ, 2016. Tradução nossa).

Apesar das dificuldades operacionais, a perspectiva de DTI pode ser considerada um novo modelo de gestão que se tornou uma referência na atualidade. O conceito engloba aspectos relacionados à participação dos residentes, sustentabilidade e planejamento estratégico (LIJING; YANRONG; JIANHUA, 2014 *apud* SOARES; CONCEIÇÃO, 2016), com especial destaque ao uso das TIC's neste processo.

RESULTADOS PRELIMINARES

Mesmo com o nítido aumento o interesse pela perspectiva DTI são poucos os modelos operativos que foram localizados. O Instituto Valenciano de Novas Tecnologias Turísticas da Espanha definiu um modelo estrutural, formado por 6 indicadores: Governança, Sustentabilidade, Conectividade, Sensorização, Sistema de Informação e Inovação mas sem esquecer da importância de suas aplicações, conforme consta na figura a seguir.

FIGURA 1: MODELO DE REFERÊNCIA PARA DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES



Fonte: IVAT-TUR, 2015.

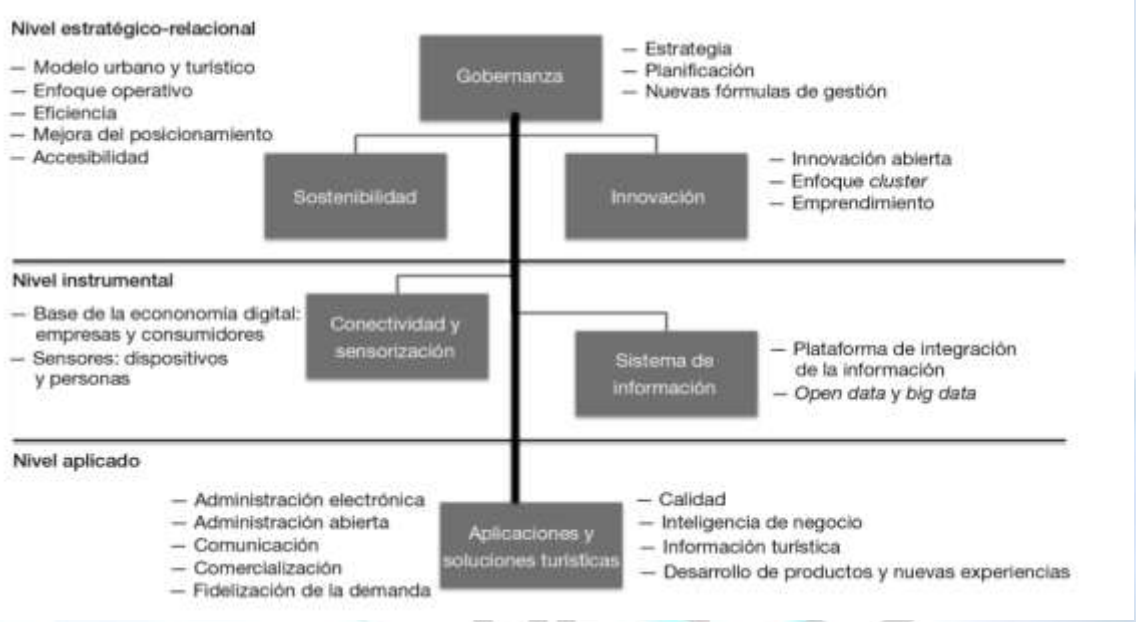
Os autores elegeram em primeiro lugar a governança, considerando que através da mesma é possível atingir as demais variáveis. O indicador sustentabilidade possui enfoque operativo, é responsável pela oferta da acessibilidade para os seus visitantes, e se bem planejado pode ser utilizado com o intuito de melhorar a imagem e posicionamento do destino em relação aos demais.

Os demais indicadores (conectividade de sensorização; sistema de informação e inovação) são indicadores que evidenciam o aspecto da inteligência e tecnologia de DTI, economia digital ligada a diversas empresas, mudança no mercado priorizando práticas de empreendedorismo através do auxílio de *stakeholders*. Neste contexto, destaca a abordagem de cluster (empresas que competem e cooperam entre si, assim, tendem a melhorar o fator competitividade no destino) que pode fortalecer o conhecimento do turismo, e aumentar a capacidade de absorver inovação e empreendedorismo (INVAT.TUR, 2015).

Conforme figura 1, suas aplicações estão comumente relacionadas às áreas de: administração e afins, comunicação, comercialização, marketing, qualidade integral do destino, sustentabilidade e novas experiências turísticas. Assim observa-se que a sustentabilidade volta a aparecer no modelo como um objetivo das aplicações.

De maneira mais operativa, os autores IVARS-BAIDAL; SOLSONA-MONZONÍS; GINER-SÁNCHEZ (2016) avançaram no modelo dividindo 3 níveis de atuação: estratégico operacional,instrumental e o nível aplicado ao turismo, conforme ilustra a figura 2:

FIGURA 2: O DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA SISTÊMICA



FONTE: Ivars-Baidal; Solsona-Monzonís; Giner-Sánchez, 2016.

A figura 2 também contempla 6 variáveis, mas subdivididos em três níveis, a saber: nível estratégico relacional, instrumental e o nível aplicado. O primeiro engloba governança, sustentabilidade e inovação no destino, definidos como estratégicos, pois de maneira conjunta são responsáveis, com colaboração dos *stakeholders*, pela transformação do destino. Comparando com o modelo da figura 1 observa-se que os autores Ivars-Baidal; Solsona-Monzonís; Giner-Sánchez (2016) incluem na perspectiva da sustentabilidade o modelo urbano e turístico.

O segundo nível, o instrumental, contempla as áreas de conectividade e sensorização e TIC's (Tecnologias da informação e comunicação). E por fim no terceiro nível estão as soluções inteligentes, caracterizadas por aplicações específicas da área. Em outras palavras, soluções que utilizam de tecnologia e de todos os outros conceitos mostrados nas duas figuras com o objetivo de resolver ou minimizar os problemas dos moradores e dos turistas no destino. Assim como melhorar a experiência.

No geral, os dois primeiros modelos destacam a governança como eixo central para o desenvolvimento de um DTI. Entendendo que, a governança compreende a atuação das

instituições e as regras que estabelecem os limites e os incentivos para o funcionamento da rede de atores que atuam em âmbitos sociais determinados, podendo desenhar as possíveis vias de desenvolvimento para fortalecer uma gestão de destinos

É importante destacar que os autores Ivars-Baidal; Solsona-Monzonís e Giner-Sánchez incluem o modelo urbano e turístico na perspectiva da sustentabilidade. Neste aspecto são inseridas questões relativas ao planejamento e mobilidade urbana (entre outros aspectos) colocando em evidencia o papel determinante do Plano Diretor que, de acordo com o Estatuto das Cidades (2008, p.11) "é um instrumento norteador básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana" com atuação na esfera local. Além disso, ao considerar o modelo turístico os autores colocam em evidencia a importância da configuração da cadeia produtiva do turismo no destino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização do estudo foi possível identificar que a sustentabilidade e a inovação são elementos centrais dos modelos de DTI analisados. É importante destacar que os autores Ivars-Baidal; Solsona-Monzonís e Giner-Sánchez incluem o modelo urbano e turístico na perspectiva da sustentabilidade, o que consiste em uma importante mudança com relação ao modelo anterior.

Desta forma os autores inserem questões relativas ao planejamento e mobilidade urbana que são elementos importantes para o planejamento dos destinos e que muitas vezes estão fora do alcance das administrações turísticas. Além disso, ao considerar o modelo turístico os autores colocam em evidencia a importância da configuração da cadeia produtiva do turismo que impacta diretamente nos efeitos econômicos, sociais e ambientais que serão gerados.

No entanto, incluir a sustentabilidade como uma variável do modelo pode comprometer o seu entendimento como princípio de caráter transversal que deve permear todos os indicadores. Ao pensar no desenvolvimento de destinos turísticos é importante que a perspectiva da sustentabilidade esteja presente em todo o processo: desde a configuração da governança (objetivos do planejamento e estruturas de gestão e participação), das estratégias de fomento ao empreendedorismo e formação de *clusters*, assim como no desenvolvimento de produtos.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBINO, Vito; BERARDI, Umberto; DANGELICO, Rosa Maria. Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives. **Journal of Urban Technology**, v. 22, n. 1, p. 3-21, 2015.

BENITES, Ana Jane. MELLO, Flávia Luciane Consoni de. Avaliação da Proposta de Sustentabilidade em Modelos de Cidades Inteligentes. **ALTEC congresso latino- ibero americano Inovação para além da tecnologia, porto alegre**, RS.2015.

BRANDÃO, M; JOIA, L.A; TELES, A. Destino turístico inteligente: um caminho para transformação. **Anais do Seminário da ANPTUR**. 2016.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. Considerações Sobre O Conceito de turismo Sustentável. **Revista Formação**, n.16, vol. 1. p.48-59, 2009.

COCCHIA, Annalisa. Smart and Digital City: A Systematic Literature Review. Em Dameri, R. P., Rosenthal-Sabroux, C. (eds.), **Smart City: How to Create Public and Economic Value with High Technology in Urban Space.** Progress in IS Series, Springer Verlag, 2014.

DIAS, Reinaldo. **Turismo Sustentável e Meio Ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

GIFFINGER, Rudolf et al. City-ranking of European medium-sized cities. **Cent. Reg. Sci. Vienna UT**, p. 1-12, 2007.

INVA.TUR – Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas. **Destinos Turísticos Inteligentes:** manual operativo para la configuración de destinos turísticos Inteligentes. Universidade de Alicante. Generalitat Valenciana, 2015.

IVARS BAIDAL, Josep A; SOLSONA MONZONÍS, F. Javier; GINER SÁNCHEZ, David. Gestión turística y tecnologías de lainformación y lacomunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. **Documents d'AnàlisiGeogràfica**, vol. 62/2, 2016. 327-346

LEITE, Carlos. **Cidades sustentáveis, cidades inteligentes**: desenvolvimento sustentável num planeta urbano. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MIGUEL, C. E; MORALEJO, I. A. La Agenda Local 21 como instrumento de sostenibilidad: la experiencia española. Unanálisis comparativo. **Quinto Congresso de Economia de Navarra**, 2001.

MIKHAILOVA, Irina. Sustentabilidade: Evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática. **Revista Economia e Desenvolvimento**, N° 16, 2004. Disponivel em: <periodicos.ufsm.br>. Acesso em: 02/05/18

MISKALO-CRUZ, Marcelle, GÂNDARA, José Manoel. Indicadores para monitoramento e gestão de destinos turísticos inteligentes. **Revista de Cultura e Turismo**, 2016. Disponível em: <dialnet.unirioja.es> Acesso em: 27/05/18

SEGITTUR. **Destinos turísticos inteligentes.** 2014. Disponível em: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf> acesso em 12/05/2018

SOARES, Jennifer C; CONCEIÇÃO, R. B. A aplicação do conceito de cidade inteligente no turismo. **Ponta de Lança**: Revista Eletrônica de História, Memória & Cultura, v. 10, n. 19, 2016.

SOARES, Jennifer Caroline; SEMIÃO, Vinicius M. R.; MARQUES, Sergio F. L.; CONCEIÇÃO, Renan B. **A governança do turismo em um município do nordeste brasileiro**: uma análise em base ao conceito de Destinos Turísticos Inteligentes. 2017.



A IMPORTÂNCIA DA SINALIZAÇÃO TURÍSTICA EM ÁREAS NATURAIS: UM ESTUDO DO MUNICÍPIO DE CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO/SE

Elanieide do Carmo Souza[56]
Cristiane Alcântara de Jesus Santos[57]

RESUMO

A sinalização turística se constitui como um dos elementos de fundamental importância em uma cidade turística, uma vez que tem a finalidade de facilitar e orientar o deslocamento de turistas no destino visitado. Assim sendo, este trabalho tem como objetivo analisar a sinalização dos atrativos turísticos naturais existentes no município de Canindé de São Francisco/SE, levando-se em consideração os princípios e exigências estabelecidos no guia de sinalização turística do Ministério do Turismo. Para tanto, a metodologia utilizada teve como base a realização de pesquisas bibliográficas, técnicas de observação, seguida por registros fotográficos, trabalho de campo e realização de entrevista com o secretário de turismo municipal. Tais procedimentos foram de fundamental importância para o processo de coleta de dados e informações sobre os atrativos turísticos do município que subsidiaram as análises presentes neste estudo. Constatou-se que o município apresenta um sistema de sinalização turística deficitário, o que dificulta o deslocamento do turista. Assim sendo, ressaltamos a necessidade de um planejamento turístico, a fim de que o município se torne organizado e orientando para receber os visitantes.

Palavras-Chave: Sinalização Turística. Atrativos. Planejamento Turístico.

ABSTRACT

Tourist signage is one of the elements of fundamental importance in a tourist city, since its purpose is to facilitate and guide the displacement of tourists in the destination visited. Therefore, this work aims to analyze the signaling of the natural tourist attractions existing in the city of Canindé de São Francisco/SE, taking into account the principles and requirements established in the tourism signaling guide of the Ministry of Tourism. For that, the methodology used was based on the accomplishment of bibliographic researches, observation techniques, followed by photographic records, field work and the accomplishment of interview with the secretary of municipal tourism. These procedures were of fundamental importance for the processo of data collection and information about the tourist attractions of the city that subsidized the analyzes presente in this study. It was found that the city has a deficiente tourist signaling system, which makes it difficult for tourists to move. Therefore, we emphasize the need of a tourism planning, in order for the city to become organized and oriented to receive visitors.

Keywords: Tourist Signage. Attractions. Tourism Planning.

[56] Especialista em Gestão de Empreendimentos Turísticos, Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: elanieide@hotmail.com
[57] Geógrafa. Mestre em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Doutora em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental, Universitat de Barcelona, Espanha. Professora do Curso de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: cristie09@uol.com.br.

INTRODUÇÃO

Sendo considerado como uma das principais atividades socioeconômicas, o turismo é visto como parte essencial para o desenvolvimento de uma região, contribuindo para estreitar as distâncias e aproximar os povos. Entretanto, há alguns fatores de ordem negativa que devem ser contornados, pois os mesmos podem trazer graves consequências para qualquer lugar. Estas graves consequências só poderão ser evitadas com o planejamento do turismo e a participação ativa de todos os agentes envolvidos: governo, empresários, comunidade local e turistas (DIAS, 2003).

O planejamento deve ser traçado de acordo com as reais necessidades da localidade, em favor do desenvolvimento e crescimento turístico, de forma a converter os recursos naturais em recursos turísticos, ordenando o espaço, e melhorando a infraestrutura, equipamentos, serviços, promoções e preservação do ambiente físico, natural e urbano (PETROCCHI, 2001).

Assim sendo, sabendo-se que o planejamento turístico é essencial para o desenvolvimento de uma cidade, esta pesquisa visa analisar a sinalização dos atrativos turísticos naturais existentes no município de Canindé de São Francisco/SE, localizado no noroeste do estado de Sergipe, levando-se em consideração os princípios e exigências estabelecidos no guia de sinalização turística do Ministério do Turismo.

Para a realização dessa análise foi necessário realizar um levantamento e diagnóstico, a fim de construir um breve histórico do município e, consequentemente, elencar os principais atrativos naturais do município e verificar como estes estão sinalizados, de maneira que se possa propor um planejamento de sinalização turística, com o objetivo de facilitar a acessibilidade dos visitantes e moradores aos atrativos existentes no município. Assim, para a elaboração desta proposta foram utilizados como procedimentos o levantamento bibliográfico, visita técnica, técnica de observação, registro fotográfico e trabalho de campo para realização de entrevista com o secretário de turismo municipal (Genilson Ramos Aragão), com o objetivo de coletar informações sobre os atrativos turísticos do município.

Tendo em vista o grande potencial turístico do município de Canindé de São Francisco, de acordo com os dados obtidos na Secretaria Municipal de Turismo (2018), podem-se encontrar monumentos naturais, onde está inserido o quinto maior Canyon navegável do mundo, cachoeiras, fazenda mundo Novo, trilhas ecológicas dentre elas podemos destacar a do Vale dos Mestres, onde se pode encontrar três sítios arqueológicos com figuras e pinturas

rupestres e a trilha da Grota do Angico, local de destaque no sertão nordestino, por ser o lugar onde mataram Lampião, Maria Bonita e outros 09 cangaceiros que faziam parte de seu bando.

O município de Canindé de São Francisco é banhado pelo rio São Francisco, além dos atrativos citados acima, conta também com a Usina hidroelétrica de Xingó, com o Museu de Arqueologia de Xingó e a prainha Beira Rio. Todos estes recursos constituem-se como elementos para o desenvolvimento das atividades turísticas no município de Canindé de São Francisco.

Para que haja uma integração melhor entre os atrativos faz-se necessários que todos os indivíduos ao chegarem a cidade tenham acesso a estas informações. Para tanto é preciso estabelecer um sistema de sinalização turística que comtemplem todos os atrativos existentes. Este sistema deve estar pautado nos critérios Guia Brasileiro de Sinalização Turística do Código de Trânsito Brasileiro (CTB) e nas resoluções do Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN).

BREVE HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DE CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO

O município de Canindé do São Francisco está localizado no sertão nordestino, mais precisamente no noroeste do estado de Sergipe, a 213 km da sua capital Aracaju. A história do município está vinculada ao morgado de Porto da Folha. A princípio chamava-se Canindé, depois Curituba para denominar-se finalmente, Canindé de São Francisco pela Lei nº 890 de 11 de janeiro de 1958.

De acordo com a estimativa do IBGE (2017), sua população possui aproximadamente 29.372 habitantes, a área territorial é de 901,094 km^2, está situado a 19 metros de altitude. O município está na tríplice fronteira de três estados, estando limitado ao oeste e ao sul com o município de Paulo Afonso (Bahia), ao leste de Poço Redondo (Sergipe) e ao norte faz fronteira por meio de uma ponte sobre o Rio São Francisco com a cidade de Piranhas (Alagoas).

Na área de serviços e infraestrutura, o município conta com programas do governo, como o SEBRAE que disponibilizam cursos gratuitos para qualificar a mão-de-obra dos funcionários públicos e privados que estão inseridos no setor turístico (cozinheira, camareiras, garçons, etc.). Conta com uma rodoviária e nos serviços de transporte, pode-se encontrar taxi, vans e locadoras. Disponibiliza ainda de 04 agências bancárias. Pode-se encontrar também na zona urbana cerca de 07 farmácias e drogarias, 03 postos de combustíveis, há também 02 agências de turismo, que disponibilizam serviços de guia de turismo para facilitar o acesso ao destino desejado, bem como aventuras pelas trilhas ecológicas e cachoeiras.

Em relação a área da saúde, o município possui 01 hospital na zona urbana e 05 postos de saúde (PSF) distribuídos em seu território. No campo educacional, o município conta com 01 instituição de ensino superior privado, 02 colégios estaduais, 04 escolas municipais, 02 creches da rede pública e 04 escolas particulares de educação infantil, além de outras escolas que estão situadas na zona rural.

A rede de hotelaria dispõe 20 estabelecimentos e cerca de 800 leitos entre hotéis, pousadas, hostel e casa de aluguel na zona rural e urbana[58]. Os 35 estabelecimentos que se constituem entre bares e restaurantes oferecem a culinária diversificadas da região, além do chefe do sertão Timóteo Domingos, o mesmo prepara pratos com ervas e cactos da caatinga.

Barqueiros e empresas de turismo oferecem passeios náuticos, com roteiros diversificados que inserem os principais atrativos turísticos da região. Também encontram-se disponíveis no município passeios aéreos.

HISTÓRICO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO

O estado de Sergipe está subdividido em cinco polos turísticos (Costa dos Coqueirais, Velho Chico, Tabuleiros, Serra Sergipana e Sertão das Águas). O Polo Velho Chico apresenta uma extensão de 18 km, contemplando 17 municípios que estão inseridos na bacia hidrográfica do rio São Francisco. Dentre eles encontra-se o município de Canindé de São Francisco que de acordo com o PDITS (2012, p.15) "representa a porta de entrada para a região do Polo e o segundo destino turístico do estado", ficando atrás apenas da capital, isso porque o mesmo é considerado o portal para o Canyon do rio São Francisco.

Em meados dos anos 90, com a chegada da Usina Hidrelétrica de Xingó, Canindé de São Francisco despontou para a atividade turística, por meio de passeios náuticos, que conduzia turistas até o Canyon do rio São Francisco, uma vez que a construção da hidrelétrica se deu na divisa de dois estados Alagoas e Sergipe, trazendo inúmeros benefícios para todos os indivíduos da comunidade em geral.

De acordo com Lisboa (2015, p.14) "esta construção possibilitou a Canindé alcançar um novo patamar no seu desenvolvimento econômico, turístico e social, marcando uma época e a vida daquelas pessoas". A partir de então, iniciou-se as primeiras práticas turísticas, como fonte de geração de emprego e renda, gerando receita para o município, pois com a chegada da Usina de Xingó houve a necessidade de infraestrutura na cidade, para a princípio receber os funcionários,

[58] Informações adquiridas, por meio de coletada de dados (Agosto, 2018), realizada nas pousadas, hotéis, casas de aluguel e hostel do município.

que estavam construindo a hidrelétrica. Neste período, surge a rede de hotelaria, tendo como grande referência o Xingó Parque Hotel, e consequentemente, restaurantes que atendessem a necessidade do novo ciclo que surgia na região.

De acordo com a Secretaria de Turismo do Município, na gestão do atual secretário de turismo, o turismólogo: Genilson Ramos Aragão, os principais atrativos turísticos da região são:[59]

- **Rio São Francisco:** é o maior rio genuinamente brasileiro, nasce na serra da Canastra, em São Roque de Minas Gerais, com 2.863 km de extensão, banha cinco estados brasileiros: Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, chegando até a foz no Oceano Atlântico, na divisa entre Sergipe e Alagoas, abrangendo 505 municípios, com 168 afluentes beneficiando cerca de 18 milhões de Brasileiros (CBHSF, 2016);
- **Canyon do Rio São Francisco:** patrimônio natural localizado em uma reserva ambiental chamada Monumento Natural do Rio São Francisco (MONA). É a quinta formação geológica deste tipo no mundo. Trata-se de imensos paredões rochosos entre os quais o rio corre com águas verdes e transparentes. É o produto mais comercializado, com destaque e roteiro especifico no Polo. Sua profundidade atinge até 190 metros, com extensão de 65 km e largura que varia entre 50 a 300 metros (PDITS, 2012);
- **Rota do Cangaço:** Está inserida no Monumento Natural Grota do Angico. Esta rota recebe visitação registrada desde 1996. A visitação teve um aumento considerável a partir de 2003, quando ultrapassou marca de 10.000 visitantes/ano. A trilha de terra de acesso à Grota, passando pela UC, necessita de estudos de impacto e equipamentos de segurança para a sua utilização (PDITS 2012);
- **Fazenda Mundo Novo:** área particular preservada, onde está sendo estruturado um parque temático da Caatinga, incorporada ao roteiro turístico das belezas da região. O local dispõe de sete trilhas ecológicas, onde por meio destas, é possível conhecer um pouco da história de Lampião, sítios arqueológicos com pinturas rupestres e ter um contato direto com a vegetação típica da caatinga ou o banho nas águas refrescantes do rio São Francisco (PDITS, 2012);
- **Vale dos Mestres:** situado a 30 quilômetros da sede do município em local próximo ao povoado de Curituba, a trilha envolve percursos em caminhada de aproximadamente duas horas, desde um riacho seco até os paredões de rocha arenítica com pinturas e gravuras rupestres de três mil anos (PDITS, 2012);

[59] Dado extraído de entrevista realizada com o atual secretário de turismo: Genilson Ramos Aragão, no dia 24 de maio de 2018, com o objetivo de coletar informações sobre os atrativos turísticos do município.

- **Usina Hidrelétrica de Xingó:** localizada no baixo São Francisco a 179 quilômetros de sua foz, entre Alagoas e Sergipe. Suas obras foram iniciadas em 1987, e sua primeira unidade geradora foi inaugurada em dezembro de 1994, com 500 MW de capacidade inauguradas. Em 1995 mais duas máquinas com igual potência começaram a operar, outras duas em 1996 e finalmente a última em 1997 (CHESF, 1998);
- **Museu de Arqueologia de Xingó;** oferece um acervo riquíssimo (registros sobre o cotidiano dos mais antigos habitantes da região do baixo São Francisco) constituído por peças encontradas durante o período da construção da Usina Hidrelétrica de Xingó (PATRIMÔNIO ARQUEOLÓGICO DE ALAGOAS, 2012);
- **Cachoeira do Lajedão:** A trilha que se inicia na rodovia SE-206 tem aproximadamente 3 km, até chegar ao topo da cachoeira, sua nascente está situada no projeto Califórnia;
- **Morro do Cruzeiro:** constitui-se como turismo religioso, pois, fiéis da comunidade local, todos os anos durante o período da semana santa, peregrinam até o local do cruzeiro (velho cemitério da antiga Canindé) por um ato de fé;
- **Orla Salomão Porfirio de Brito (Prainha Beira Rio):** recentemente reformada (julho de 2016), com infraestrutura moderna, área de lazer para a comunidade local e turistas, com vista para a usina de Xingó.

Alguns destes atrativos infelizmente não possuem sinalização adequada, o que dificulta o acesso dos visitantes nestas áreas. A falta de informação turística acarreta em um turismo de bate e volta. Ou seja, os visitantes que se deslocam ao principal atrativo turístico da região e depois retornam para o seu local de origem. De acordo com um levantamento realizado por meio de entrevista sobre a demanda turística do município, ficou constatado que uma grande parcela de pessoas que visitam Canindé de São Francisco, já vem ao município com destino certo, ou seja, seu destino é o Canyon do São Francisco. É importante ressaltar que muitos turistas que visitam o município através de empresa de receptivo não tem conhecimento dos demais atrativos do município, e aqueles que vêm de forma particular, sem acompanhamento de guias de turismo, sentem dificuldade em chegar ao destino desejado.[60]

Outros atrativos possuem placas que, em alguns casos, são de propagandas implantadas por empresas privadas. No entanto, conforme Souza (2006, p.173) é preciso "ter cuidado com as placas que contêm divulgação comercial, para que o apelo publicitário não atrapalhe o efeito de percepção e indicação da sinalização".

[60] A pesquisa de Demanda turística foi realizada por meio de coleta de dados durante o período 01 a 30 de maio de 2018, através de questionário, dirigido a 162 turistas nos passeios de catamarã, da empresa MFTUR Empreendimentos Turísticos.

Partindo desse princípio, é preciso de um planejamento e controle em todos os canais de comunicação. Fica evidente que é preciso traçar metas e objetivos que possam inserir a sinalização turística adequada na região, que ofereça aos turistas e a comunidade local informações com clareza e objetividade, utilizando distintos meios de linguagens como ferramenta de orientação, transmitindo assim o conhecimento do ambiente como um todo. O quadro abaixo traz informações sobre o atual estado de sinalização dos atrativos naturais do município (QUADRO 1).

QUADRO 1
DIAGNÓSTICO: SINALIZAÇÃO DOS ATRATIVOS NATURAIS

SINALIZAÇÃO DOS ATRATIVOS NATURAIS	
Canyon do Rio São Francisco	Contém várias placas que conduzem ao embarque (restaurante Karrancas) para o Canyon do Rio São Francisco dentro do município, implantadas tanto pelo setor público como pelo privado, porém com maior influência do setor privado. Existe uma dificuldade na questão do nome do atrativo, alguns conhecem como Canyon de Xingó, Canyon do Rio São Francisco e Canyon do Talhado, há necessidade de unificar este nome, pois as placas devem estar padronizadas, apresentando único nome, a fim de não gerar nenhuma dúvida ao visitante com relação ao atrativo.
Fazenda Mundo Novo	Possui painel informativo na entrada do atrativo, contém placas durante todo o percurso dentro da fazenda que sinalizam o trajeto completo, informando a distância, os respectivos nomes de cada trilha, as áreas de riscos, os sítios arqueológicos, entre outros. A vegetação também é sinalizada por meio de placas, que trazem tanto o nome científico e o nome popular. No entanto, é importante frisar que dentro da zona urbana não existe nenhuma placa que informe a existência deste atrativo no município.
Vale dos Mestres	Não foi detectada nenhuma placa dentro do município informando a existência deste atrativo. Na entrada do mesmo também não possui nenhuma sinalização. O local já teve intervenção do IPHAN, o mesmo implantou placas com o nome dos três sítios arqueológicos. É preciso um cuidado maior por parte dos órgãos públicos, pois o local está sendo pichado por vândalos que visitam os sítios. Desta forma, existe uma necessidade urgente de implantações de várias placas (informativa, indicativas, advertência, entres outras).
Cachoeira do	Este atrativo não possui nenhum projeto de sinalização, porém um condutor de trilhas da região faz pacotes turístico, por meio do qual este

Lajedão	leva pequenos grupos para conhecer o lugar, além da comunidade local que usufrui do atrativo constantemente. Este condutor confeccionou placas de papelão com algumas frases de informações educativas, juntamente com a secretaria de turismo do município, com o objetivo de sinalizar o local. É preciso que os instrumentos utilizados para identificar o local, comecem a ser sinalizados desde a chegada, informando em primeiro lugar a entrada da trilha que se inicia em uma rodovia.. É preciso estabelecer placas que advirtam e oriente os turistas durante todo trajeto.

Fonte: Elaboração própria, 2019.

Ao analisar os demais atrativos do município, percebe-se que falta pouco para serem totalmente sinalizados. Acredita-se que um outro instrumento que irá contribuir de forma positiva, para fortalecer a divulgação destes atrativos, será por meio de implantações de painéis nos trevos do município, com informações sobre os atrativos turísticos do município, portais na entrada dos atrativos com o nome e pictograma do mesmo, a implantação de um centro de informações turísticas e a implantação de placas informativas, orientação, advertência, distribuídas no percurso dos atrativos.

O papel fundamental da sinalização turística é de informar e orientar de modo acessível. Assim sendo, faz-se necessário que uma cidade que é destacada como segundo destino turístico do estado de Sergipe, deve está pautada em um planejamento de sinalização turística com padrões, normas e critérios estabelecidos no Guia Brasileiro de Sinalização Turística, Código de Trânsito Brasileiro e nas resoluções do Conselho Nacional de Trânsito, os quais atendam satisfatoriamente os visitantes e a população local.

Souza (2006, p.169) define Sinalização Turística como “técnica de comunicação busca “fazer saber” a cultura, a história e os ambientes do lugar, “tornando-os comuns” aos visitantes através de linguagem específica e utilização de símbolos e signos, estimulando e dando significado à experiência do visitante”. Neste sentido, a comunicação se dá por meio das mensagens, símbolos e signos, que trazem as informações necessárias para o visitante chegar ao seu destino desejado.

Sabendo que a maioria dos atrativos se encontra na zona rural do município, faz-se necessário que todos os componentes que constituem a sinalização turística como forma de orientação por meio da linguagem, dos símbolos, da leitura e interpretação dos códigos e imagens do ambiente, tornem-se claros para compreensão do destino desejado.

Faz-se necessário que todas as informações expostas nas placas que apresentem contabilidade das respectivas mensagens, estejam interligadas e sejam apresentadas aos turistas e a comunidade local de forma coerente, a fim de garantir visibilidade e segurança, pois são estas informações que revelam as características da localidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante deste cenário, fica evidente que há um déficit no sistema de sinalização turística do município de Canindé de São Francisco, pois por meio de uma pesquisa de demanda turística aplicada na Mftur Empreendimentos Turísticos, alguns turistas apresentaram dificuldade ao chegar ao destino desejado e, principalmente, afirmaram falta de informações sobre os demais atrativos existentes no município.

Assim sendo, ressaltamos a importância da implantação de um plano de sinalização turística. Este deve ser visto como um recurso que proporcione interpretação ao ambiente, gerando nos visitantes um entendimento da localidade e constituído por um conjunto de placas e painéis distribuído ao longo do trajeto estabelecido com mensagens ordenadas, com pictogramas e setas direcionais.

Para tanto é preciso que haja interesse do poder público em parceria com o setor privado para que as informações sejam expostas de forma organizada, com clareza e concisão garantindo assim aos indivíduos total compreensão do lugar, de maneira que haja um deslocamento com facilidade. Esta atuação conjunta do setor público e privado deve está pautada nos princípios da sustentabilidade, buscando sempre benefícios não só para os turistas, mas principalmente para a comunidade local, integrando, desta forma, distintos setores da sociedade, tendo em vista, que o desenvolvimento turístico beneficia não somente o setor turístico, como também as distintas áreas que de forma indireta fazem parte da cadeia econômica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALAGOAS. **Patrimônio Arqueológico e Paleontológico**: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Maceió: Iphan, 2012.

CBHSF: comitê da Bacia hidrográfica do rio São Francisco. **Ações e projetos**. Tanto expresso, 2016.

_____.**15 anos do CBHSF**: 515 anos do Rio São Francisco. Tanto expresso, 2016.

CHESF. **50 Anos de Chesf**: Companhia Hidro Elétrica do São Francisco. Recife- PE: Memória da Eletricidade, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo**: Política e Desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

IBGE **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/caninde-de-sao-francisco/panorama<acesso em07/03/18>.

LISBOA, Egicyane. **Personalidades Políticas de Canindé de São Francisco.** Nossa Senhora da Gloria: Lumia, 2015.

PETROCCHI, Mario. **Turismo**: Planejamento e Gestão**.** São Paulo: Futura, 2001.

SERGIPE. **Plano de Desenvolvimento Integrado do turismo Sustentável**: PDITS. Polo Velho Chico. Volume II. TECHNUM:2012.

SOUZA, Maria Eliane Alves. **Sinalização turística e percepção do espaço geográfico. Turismo** - Visão e Ação, vol. 8, 2006. Disponível em: https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/504/435<acesso 14/07/2018>

OS PARQUES PÚBLICOS SOB A ÉGIDE DA CIDADE NEOLIBERAL: O CASO DE ARACAJU, SERGIPE, BRASIL

Larissa Prado Rodrigues[61]
Cristiane Alcântara de Jesus Santos[62]

RESUMO

A culminância da hegemonia do neoliberalismo enquanto ideologia da atual fase do capitalismo deu-se em razão da eminência de diversificadas crises na metade do século XX. Diante isso, o conjunto da obra neoliberal passa a ser diretamente expresso na produção espacial que é posta a serviço da acumulação do capital através da reprodução ampliada, no qual as medidas aplicadas aprofundam em todos os níveis as desigualdades sócio-espaciais, contribuindo para a instauração da atual crise urbana. Esta última impacta nas mais diversas facetas do cotidiano citadino, sobretudo no que tange à privação da habitação e do lazer às populações e grupos sociais desfavorecidos e marginalizados, enquanto, em contraponto, uma ínfima elite exacerba e ostenta o acúmulo e poderio de capitais. A ascensão da era da financeirização nas últimas décadas tem contribuído para reforçar os efeitos supracitados, visto que avulta a especulação e o valor da propriedade privada em detrimento da coletividade mediante a subserviência do Estado à lógica instituída. Por conseguinte, a especulação tem se apropriado dos parques públicos enquanto equipamentos de lazer como meio para a expansão da reprodução do capital através da supervalorização do seu entorno. Diante desse cenário, este estudo tem por objetivo analisar os processos de (re) produção e consumo dos parques públicos para/pelo lazer e o turismo, bem como as contradições e conflitos edificados a partir desses equipamentos no âmago das cidades neoliberais, evidenciando o caso da cidade de Aracaju/SE. Metodologicamente a pesquisa foi desenvolvida a partir da base qualitativa e do tipo exploratória e comparativa. Concluímos que os parques públicos estão sendo influenciados e usurpados pela produção do espaço ideologicamente neoliberal ao serem convertidos em peças fundamentais no processo de mercantilização das cidades, refletindo os interesses antagônicos, as disparidades econômicas e sociais existentes entre os indivíduos, e as contradições no cerne do lazer e do turismo.

Palavras-Chave: Espaço Público. Produção. Consumo.

ABSTRACT

The culmination of the hegemony of neoliberalism as an ideology of the present phase of capitalism was due to the eminence of diversified crises in the middle of the twentieth century. Given this, the whole of the neoliberal work is directly expressed in the spatial production that is put at the service of the accumulation of capital through expanded reproduction, in which the applied measures deepen at all levels the socio-spatial inequalities, contributing to the establishment of the current urban crisis. The latter impacts on the most diverse aspects of everyday life, especially as regards the deprivation of housing and leisure for disadvantaged and marginalized populations and social groups, while, on the other hand, a very small elite exacerbates and boasts the accumulation and power of capitals. The rise of the financialization era in the last decades has contributed to reinforce the aforementioned effects, since it raises speculation and the value of private property to the detriment of the collectivity through the subservience of the state to the established logic. Therefore, speculation has appropriated public parks as leisure equipment as a means of expanding the reproduction of capital by overvaluing its environment. In view of this scenario, this study aims to analyze the processes of (re) production and consumption of public parks for / for leisure and tourism, as well as the contradictions and conflicts built from these equipments at the core of neoliberal cities, highlighting the case of the city of Aracaju / SE. Methodologically the research was developed from the qualitative and exploratory and comparative type. We conclude that public parks are being influenced and usurped by the production of the ideologically neoliberal space by being converted into fundamental pieces in the process of commodification of cities, reflecting antagonistic interests, economic and social disparities between individuals, and contradictions at the heart of leisure and tourism.

Keywords: Public Space. Production. Consumption.

[61] Bacharela em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe – UFS. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: larissa4912@hotmail.com
[62] Geógrafa. Doutora em Geografía, Planificación territorial y Gestión Ambiental pela Universitat de Barcelona. Docente do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: cristie09@uol.com.br

INTRODUÇÃO

A cidade produzida sob a égide do capitalismo neoliberal apresenta a desigualdade sócio-espacial como fator intrínseco, resultando na instauração da atual crise urbana que impacta nas mais diversas facetas do cotidiano citadino, sobretudo, no que tange à privação da habitação e do lazer às populações e grupos sociais desfavorecidos e marginalizados, enquanto, em contraponto, uma ínfima elite exacerba e ostenta o acúmulo e poderio de capitais diversos.

Fatidicamente, o neoliberalismo traz ideologicamente para a práxis medidas que reforçam e aprofundam em todos os níveis as desigualdades social e espacial. Isto pode ser percebido a partir da constante aplicação de perspectivas e valores empresariais na cidade como a competitividade, a inovação, a demanda por gestores e administradores na figura de prefeitos, do emprego de modelos urbanos neoliberais de base tecnocrática como as *smarts cities* – que utilizam e se apropriam das novas tecnologias para favorecerem o crescimento de poucos em detrimento dos muitos segregados em decorrência da concentração de riquezas oriunda das novas formas de expropriação que brotam da lógica do capital mundial (BENACH, 2017). Esse cenário é refletido diretamente na (re) produção e no consumo dos espaços da cidade que, nesse contexto, são dominados e controlados, sobremaneira, pelos agentes promotores das construtoras atendendo às regras do jogo imobiliário, alicerçados pelas políticas estratégicas e privatistas advindas do Estado.

Neste sentido, os processos de produção e consumo difundidos por esses agentes geram diversas repercussões sociais veladas e ocultas que devem ser discutidas e trazidas à tona, justificando-se a importância de estudos que privilegiem a temática de modo crítico, a fim de alcançar um diagnóstico preciso da desigual e discrepante vida nas cidades que contribuam para o alcance de medidas que propiciem a consecução da justiça espacial. Deste modo, este artigo tem por objetivo analisar os processos de (re) produção e consumo dos parques públicos da cidade de Aracaju, Sergipe, Brasil, levando-se em consideração as possíveis contradições e conflitos decorrentes de mutações espaciais e sociais ocorridos tanto nesses equipamentos de lazer, quanto em seus entornos.

Metodologicamente a pesquisa foi desenvolvida a partir da base qualitativa e do tipo exploratória. Ademais, para a concretização e alcance do objetivo proposto foi realizado o levantamento bibliográfico; além de observações diretas *in loco* não participantes e a coleta de informações a partir de diálogos informais estabelecidos com moradores adjacentes aos parques investigados. Por fim, fez-se uma análise comparativa entre os três parques urbanos abordados

pela presente pesquisa: Parque da Cidade, localizado na zona norte da cidade de Aracaju, e, os parques da Sementeira e dos Cajueiros, localizados na zona sul.

AS FORMAS DE (RE) PRODUÇÃO E CONSUMO URBANAS DAS CIDADES NEOLIBERAIS

A ordem neoliberal oriunda da atual fase do capitalismo tem impactado de diversos modos e em múltiplos âmbitos a sociedade contemporânea, principalmente nos núcleos urbanos, locais em que se concentram, sobremaneira, os interesses do capital sob a égide da lei do livre-mercado, refletindo diretamente na configuração do espaço geográfico. Desta forma, as cidades neoliberais ao serem influídas pelo ideário hegemônico e o reproduzirem, têm suas configurações espaciais, paisagísticas e funcionais modificadas de acordo com os anseios da acumulação do capital, o legítimo condutor das esferas políticas, econômicas, sociais e subjetivas (DARDOT; LAVAL, 2016).

Neste sentido, Brites (2017) destaca como principais características da atuação e ação política dos agentes produtores do espaço urbano no âmbito das cidades neoliberais: o investimento seletivo de obras públicas em áreas urbanas por parte do Estado, ou seja, destinados para aquelas de interesse para a especulação, bem como a implementação de nova legislação de planejamento urbano que envolve processos de *gentrification,* sob o discurso de renovação, que culminam na fragmentação e hierarquização das áreas urbanas com vistas à facilitação para a fruição do mercado imobiliário, residencial e comercial.

Por conseguinte, esta atuação política subsidiada pelo Estado desencadeia a geração de determinados ambientes urbanos "embelezados" e a promoção da competitividade turística entre lugares tornados destinos. Desta maneira, os espaços públicos tornam-se alvo da ideologia classista e privatista do capital que, através dos processos de produção e consumo, visam apropriar-se dos mesmos para transfigurá-los em mercadorias enquanto forma de obtenção de lucro por meio da expansão da mais-valia, da reprodução e acumulação, exacerbando, portanto, a expropriação e desigualdade do e no espaço urbano.

Neste contexto, as ações de (re) produção, sobretudo dos agentes hegemônicos e dominantes, engendradas sob a égide da lógica do capital tornam-se excludentes, segregatórias, elitistas e impactantes em diversos sentidos, pois são baseadas nas necessidades mutáveis do sistema para garantir a reprodução das relações de produção, bem como conduzida pelos conflitos e interesses de classe que emergem (CORRÊA, 2000). Vainer (2000) ao fazer uma análise dos conflitos de interesses contidos na produção do espaço aponta que a cidade e seus fragmentos são configurados como mercadorias, postas a venda num mercado competitivo de

localizações, em que os consumidores (clientes) seriam em primeiro lugar os capitalistas, mas também turistas e indivíduos que escolhem onde investir, passear, viver.

De acordo com as assertivas supracitadas, evidentemente as pactuações estabelecidas e consolidadas entre o Estado e os demais agentes urbanos têm papel decisivo, uma vez que fundamentados no jogo criado para dar impulso ao ciclo do capital imobiliário promovem verdadeira espetacularização de localizações (já apropriadas pelo mercado) que se denominam, no âmbito do urbanismo, essenciais ao "desenvolvimento sustentável" da sociedade urbana. Fato este que coloca em xeque a função "social" dos espaços considerados como públicos enquanto *locus* de sociabilidade, ainda que anônimas; e o próprio modelo de planejamento.

Assim, através da ação dos agentes produtores, o processo de acumulação é mantido através da dominação e controle do uso da terra urbana, no qual o espaço urbano é constantemente modificado com vistas a atender aos interesses do capital (LEFEBVRE, 1976). Desta forma, devido ao fato da produção do espaço ser fundamentada em um processo desigual, "o urbano se apresenta, ao contrário, como lugar dos enfrentamentos e confrontações, unidade das contradições. É neste sentido que seu conceito retoma o pensamento dialético [...]" (LEFEBVRE, 2008a, p. 157), considerando que a (re) produção espacial atual e impacta diretamente nos usos destinados e configurados que perpetuam a injustiça espacial, sendo, deste modo, a produção e consumo indissociáveis, bem como situados em uma relação dialética.

Após o processo conflituoso, contraditório, desigual e segregatório de produção do espaço urbano, este é posto ao consumo dos indivíduos que podem ter acesso às porções produzidas. No entanto, anterior à efetiva apropriação emerge a questão de que "as cidades são criadas para a economia e não para os cidadãos" (SANTOS, 1997, p. 48), de modo que o tipo de consumo concatenado à forma de produção engendrada em determinadas áreas do espaço urbano é refletido nas relações de uso, tornadas cada vez mais privativas dadas as forças do mercado que transfere a propriedade do espaço urbano à demanda solvável, uma vez que esta pode arcar com os custos propostos no valor de troca e do valor de uso no que concerne às manutenções.

Em síntese, "o espaço-mercadoria, cada vez mais preso no universo da troca, fragmentado pelo processo de compra e venda, impõe importantes transformações no plano do uso e do consumo do espaço" (CARLOS, 1999, p. 176), com predominante segregação no acesso do espaço urbano a determinadas classes, refletindo em aspectos de moradia, saúde, mobilidade, trabalho e lazer das populações mais pobres, postas à margem dos processos

desenvolvimentistas e, mais que isso, das centralidades e funcionalidades (re) configuradas nas cidades neoliberais.

OS PROCESSOS DE (RE) PRODUÇÃO E CONSUMO DOS PARQUES PÚBLICOS DA CIDADE DE ARACAJU/SE: ANTAGONISMOS, CONFLITOS E CONTRADIÇÕES

No âmago das cidades neoliberais estão os diversos equipamentos, como os parques públicos, que têm sido produzidos impulsionados pela demanda constante e crescente da sociedade em consumir espaços de lazer enquanto fuga da rotina laboral. Como principais impactos das implantações destes equipamentos juntamente às novas centralidades, gradativamente tem-se evidenciado a limitação do acesso aos lugares e aos novos usos configurados considerando as formas de produção engendradas baseadas nos interesses do capital, tendo como resultado final a mudança nas relações entre os cidadãos e a cidade (CARLOS, 1999).

Apesar disso, os parques públicos urbanos representam importantes espaços públicos de lazer e turismo para as cidades contemporâneas. No entanto, uma vez que circunscritos em meio às dinâmicas urbanas que tem como cerne a ideologia do capitalismo neoliberal, estes equipamentos são submetidos a diversos processos que culminam em inúmeras contradições e impactos, sobretudo, de cunho negativo no que tange à estruturação de cidades humanas e cidadãs em que predominem as múltiplas potencialidades de uso e apropriação, medida altamente negligenciada considerando a subserviência do Estado aos interesses hegemônicos do capital. Ao contrário do que seria o patamar adequado para a promoção da qualidade de vida, as cidades têm sido recorrentemente e crescentemente dominadas politicamente pelas classes e grupos de elite dirigentes que as transformam em um grande negócio lucrativo através da reprodução que fragmenta e hierarquiza as localizações.

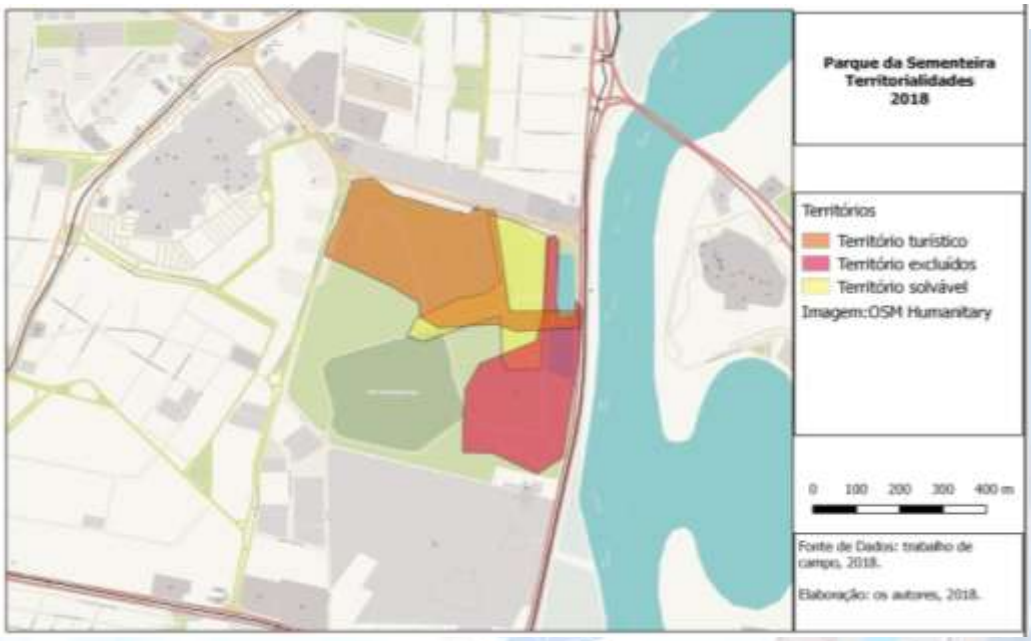
Partindo desses pressupostos, a investigação pretendeu suscitar análises e reflexões acerca dos processos de (re) produção e consumo dos parques públicos da cidade de Aracaju, capital do estado de Sergipe, Brasil, no qual se incluem o Parque da Cidade, o Parque da Sementeira e o Parque dos Cajueiros. Os três parques estão localizados em zonas distintas da cidade, fator de grande influência no que tange às relações que são estabelecidas nos e ao redor desses espaços. Desta forma, os parques estudados apresentam grandes distorções e distinções ocorridos devido às formas de produção espacial realizadas, especialmente, através dos investimentos públicos altamente desiguais, selecionados e localizados que seguem a tônica e anseios do capital privado.

Enquanto efeito resultante evidenciou-se que o Parque da Sementeira e o Parque dos Cajueiros, localizados na zona sul – região em que há maior concentração de serviços e residências privadas de alto padrão –, são os que mais recebem investimentos e, portanto, são dotados de melhor infraestrutura para prática de atividades físicas, encontros, juntamente a todos os usos referentes a práticas de lazer que são denotados a esses espaços. Em posição totalmente antagônica está o Parque da Cidade, localizado na zona norte da cidade, que enfrenta problemas diversos em termos de infraestrutura em decorrência da insuficiente destinação de recursos públicos para a sua devida manutenção.

Por conseguinte, tem-se que a produção espacial dos parques públicos ocorre de modo extremamente desigual, a partir da sua localização e baseado nas forças e relações de poder que regem as dinâmicas de distribuição de investimentos públicos e privados. Em decorrência desta problemática inicial do direcionamento seletivo e concentrado de investimentos públicos típico das cidades neoliberais, conforme destacado por Brites (2017), as dinâmicas de consumo – que reflete nos modos de usos, não usos e contra-usos – se estabelecem de diversas formas nos parques públicos da cidade referida, revelando um conjunto de problemáticas, conflitos e contradições.

A implantação do Parque da Sementeira, localizado em um dos bairros mais nobres da cidade de Aracaju, causou diversas transformações espaciais, sociais e econômicas internas e externas ao equipamento, especialmente pelo aumento exacerbado da especulação imobiliária no seu entorno dada a valorização pelo capital imobiliário considerando a excelente infraestrutura urbana provida através dos investimentos e obras públicas. Apesar do demasiado potencial turístico pela diversidade de atrativos e atividades que os turistas podem realizar em visitação ao mesmo, evidenciado nos estudos de Rodrigues e Santos (2018a; 2018b), o Parque da Sementeira é mais apropriado pela população local de distintas formas, entretanto, a partir de um recorte classista. Desta forma, a junção dos fatos supracitados faz com que o grupo composto pela demanda solvável se direcione para porções do parque mais "seguras" e ali estabeleçam territórios, conforme demonstra a Figura 1, mediante a opressão e repressão por meio da imagem de força maior da vigilância que não permite determinados tipos de usos daquele espaço territorializado por parte de alguns indivíduos (representados pelos grupos sociais excluídos).

FIGURA 1 – OS MÚLTIPLOS TERRITÓRIOS DO PARQUE DA SEMENTEIRA



Fonte: Trabalho de Campo, 2018.
Organização dos dados: As autoras, 2018.

Esse fator é desencadeado pela atuação de produção espacial por parte das construtoras que, ao ofertar apartamentos nas proximidades do Parque da Sementeira, apropriam-se de um espaço público de lazer para elevar o valor de troca dos imóveis, interiorizando ao comprador que o equipamento é elemento constituinte da propriedade adquirida, fazendo com que este estabeleça domínios territoriais – principalmente ideológicos e simbólicos – sobre o parque. Sob essa perspectiva, há de se considerar que o parque é um território daqueles que o margeiam e, portanto, passível de ser permeado por inúmeras relações de poder arbitrárias advindas da ideia de posse e propriedade que levam os donos dos imóveis a designarem, conforme os seus valores morais e de modo velado, as práticas aceitáveis versus as atividades entendidas como contra-usos, o que resulta, em última análise, em práticas discriminatórias e excludentes.

Todavia, embora permeado por lógicas excludentes e segregacionistas, o Parque da Sementeira é um importante espaço público de lazer para os residentes da cidade de Aracaju em decorrência das possibilidades e efetividade de funções sociais exercidas no interior deste (esportes, convivência, sociabilidade, eventos, entre outros). Ainda que localizado em uma zona privilegiada pelo capital público e privado, fator que impulsiona a segregação, o equipamento é frequentado de modo diversificado por residentes da cidade advindos de distintos pontos e localizações: das mais próximas às mais longínquas, conforme demonstram as pesquisas realizadas *in loco*, apesar dos conflitos velados existentes dados os processos de territorialização.

Diferente cenário evidencia-se no Parque dos Cajueiros, apesar da proximidade e similaridade quando comparado ao Parque da Sementeira sob a perspectiva da localização que é privilegiada quanto à aplicação de recursos públicos. Neste caso se observa que os indivíduos de bairros com pouca área de lazer disponível em sua região também utilizam do Parque dos Cajueiros em busca de saciar suas demandas nesses espaços que recebem investimentos constantes e, por conseguinte, são bem equipados em termos de infraestrutura. No entanto, o fator de distinção reside no fato de que o Parque dos Cajueiros possui (ainda) uma apropriação democratizada – muito embora haja distorções no que tange à apropriação desigual considerando os privilégios da demanda solvável, fator que pode ser impactado negativamente pelas ações de produção do mercado imobiliário que modifica e elitiza as relações e dinâmicas espaciais circundantes.

Entretanto, vale ressaltar que a especulação imobiliária do Parque dos Cajueiros está em níveis próximos aos do Parque da Sementeira, uma vez que está clarividente a quantidade de condomínios (luxuosos) existentes ao redor do parque e os que estão, atualmente, em processo de construção. Assim sendo, futuramente, após a consolidação desse processo especulativo poderão ser observadas implicações e conflitos no âmbito do consumo haja vista a produção que se volta à ideologia classista da acumulação do capital a partir da sua reprodução, que difunde e torna possível diversas dominações político-ideológicas de cunho territorial sobre um espaço público de lazer, assim como o fora no caso do Parque da Sementeira.

Desta forma, os quocientes alcançados a partir da análise comparativa entre os parques públicos de Aracaju referenciam que as dinâmicas de produção, uso, consumo, dominação e apropriação dos espaços públicos são distintos e antagônicos, até mesmo em equipamentos que apresentam fins similares e estão alocados na mesma cidade, como é o caso, sobretudo, do Parque da Cidade e o Parque da Sementeira, embora estejam em zonas contrastantes. De fato, a produção espacial capitaneada pela lógica e agentes do capital suscitam conflitos sócio-espaciais latentes, conforme identificado no Parque da Sementeira, fenômeno que não se evidencia ainda de forma significativa no âmbito do Parque dos Cajueiros, nem tampouco no Parque da Cidade.

Na realidade deste último, apesar das inúmeras dificuldades orçamentárias para a manutenção de sua infraestrutura, visto que não é objeto de interesse especulativo, são denotados diversos usos ao meio. Isto porque o Parque da Cidade é apropriado por indivíduos de localizações diversas em seus momentos de não-trabalho como parte constituinte do lazer, longínquo a qualquer tipo de recorte classista e privatista, de modo que se sobrepõe o entendimento de que o parque é um espaço público, aberto e gratuito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto contribuições a partir dos resultados obtidos, verificou-se que os parques públicos inseridos em áreas privilegiadas pelos interesses especulativos do capital privado recebem constantemente investimentos para manutenção, diferentemente dos espaços públicos das regiões menos valorizadas pelos agentes do jogo imobiliário, sendo fatídico que existe uma arbitrariedade excludente na produção e organização espacial das cidades para o lazer. Por conseguinte, conflitos e entraves são traçados no espaço urbano, de modo que a segregação sócio-espacial é gerada juntamente com a ausência do direito ao lazer para os moradores de regiões menos favorecidas. No entanto, a contradição emerge no ponto em que estes moradores contribuem em impostos igualmente e não possuem direito à cidade que "pagam" para morar.

Neste sentido, é evidente que os parques públicos estão sendo influenciados e usurpados pela produção do espaço ideologicamente neoliberal ao serem convertidos em peças fundamentais no processo de mercantilização das cidades, refletindo os interesses antagônicos, as disparidades econômicas e sociais existentes entre os indivíduos e as contradições no cerne do lazer e do turismo. Logo, tamanha conjuntura problemática demanda a emergência de novos horizontes para uma utopia com perspectivas de construção não somente da justiça espacial – entendida aqui enquanto medida paliativa se alcançada no bojo do capitalismo neoliberal –, mas da concretude do direito à cidade na ótica lefebvriana (LEFEBVRE, 2008b) como elemento integrante de um projeto pós-neoliberal que deverá ser conduzido pelas bases da sociedade com vistas à sua reorganização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENACH, N. Da Desigualdade Social à Justiça Espacial. *In*: CARLOS, A. F. A.; ALVES, G.; PADUA, R. F. **Justiça Espacial e o Direito à Cidade**. São Paulo: Contexto, 2017.

BRITES, W. F. La ciudad en la encrucijada neoliberal. Urbanismo mercado-céntrico y desigualdad socio-espacial en América Latina. **Revista Brasileira de Gestão Urbana.** Curitiba, v. 9, n. 3, 2017. p. 573-585.

CARLOS, A. F. A. O Consumo do Espaço. *In:* CARLOS, A. F. A. et. al. **Novos Caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

CORRÊA, R. L. **O Espaço Urbano**. 4. ed. São Paulo: Editora Ática, 2000.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A Nova Razão do Mundo:** Ensaio sobre a Sociedade Neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

LEFEBVRE, H. **A Revolução Urbana**. 3. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008a.

_____. **O Direito à Cidade**. 5. ed. São Paulo: Centauro, 2008b.

_____. **Espacio y política**. Barcelona: Ediciones Península, 1976.

RODRIGUES, L. P.; SANTOS, C. A. J. . Os Parques Urbanos de Aracaju/SE - Brasil enquanto Espaços Públicos de Lazer e Turismo. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, 2018a. p. 1-14.

SANTOS, C. A. J. ; RODRIGUES, L. P. ; CAMPOS, A. C. . O Parque da Sementeira como espaço socioambiental de múltiplos territórios e territorialidades. In: **Anais do VIII CIETA - Congreso Iberoamericano de Estudios Territoriales y Ambientales**, Foz do Iguaçu, 2018b. p. 1807-1822.

SANTOS, M. **Espaço do cidadão**. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1997.

VAINER, C. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (Org). **A cidade do pensamento único:** desmanchando consensos. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 75-104.

INDICADORES DE MONITORAMENTO NA PERSPECTIVA DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Valdislene Silva dos Santos[63]
Jaime José da Silveira Barros Neto[64]
José Augusto Andrade Filho[65]

RESUMO

O estudo discorre sobre o conceito de Destino Turístico Inteligente e indicadores de monitoramento turístico com o objetivo de compreender a relação entre os mesmos, visto que estudos de anterioridade associam a utilização de indicadores de monitoramento como ferramenta aliada ao desenvolvimento turístico. Quanto aos aspectos metodológicos a pesquisa é de natureza teórica, abordagem qualitativa, objetivo descritivo e procedimento bibliográfico. Como resultados constata-se que os indicadores de monitoramento turístico têm o potencial de contribuir e oportunizar mudanças no processo de desenvolvimento de um DTI, desde que sejam utilizados indicadores idôneos às contingências de cada destino em questão.

Palavras-Chave: Turismo. Destino Inteligente. Monitoramento.

ABSTRACT

The study discusses the concept of Smart Tourist Destination –STD - and monitoring tourism indicators in order to understand the relationship between them, since previous studies associate the use of monitoring indicators as a tool allied to tourism development. About the methodological aspects the research is theoretical in nature, it presents qualitative approach, descriptive objective and bibliographic procedure. As a result, it was observed that monitoring tourism indicators have the potential to contribute to and facilitate changes in the development of a STDs, by using appropriate indicators related to the contingencies of each destination.

Keywords: Tourism. Smart Destination. Monitoring.

[63]Mestranda do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo e Graduação em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe. E-mail: silvavlene@gmail.com
[64] Doutorado em Engenharia Agrícola pela Universidade Federal de Campina Grande; Vice Coordenador do Mestrado em Turismo do Instituto Federal de Sergipe.
E-mail: jaimesbn@gmail.com
[65] Doutorado em Ciências da Computação e Matemática Computacional pela Universidade de São Paulo; Professor Ensino Básico Técnico e Tecnológico do Instituto Federal de Sergipe.
E-mail: augustoa@gmail.com

INTRODUÇÃO

Anterior ao conceito de Destino Turístico Inteligente – DTI - encontram-se discussões a respeito de territórios e cidades inteligentes. Para Brandão, Joia e Teles (2016, p.1) "o conceito de cidade inteligente aponta para um ambiente no qual artefatos e sistemas tecnológicos estão incorporados à cidade, em sinergia com seus componentes sociais. " Segundo esses autores a maioria dos DTIs conhecidos foram identificados na Ásia e na Europa e há uma íntima relação entre cidades inteligentes e destinos turísticos inteligentes.

Em contrapartida, o estudo de Gil, Fernández e Herrero (2015) apresenta uma discussão sobre DTIs na perspectiva da inteligência territorial. Os autores subscrevem que para compreender a realidade de um DTI é necessário considerar um território e um sistema turístico inteligente, pois só a partir deles o desenvolvimento de um destino turístico se torna factível.

Nesse contexto, é o enfoque territorial que permite inserir a noção de destino turístico, pois esse último só se concretiza num território inteligente projetado através de uma visão sistêmica, a fim de garantir que tanto o sistema territorial quanto o sistema turístico que integram o destino sejam de fato inteligentes (GIL, FERNÁNDEZ E HERRERO, 2015).

É evidente que o desenvolvimento da atividade turística a nível mundial tem estreitado as distâncias entre destinos e aumentado a concorrência entre atrativos a nível global. Diante deste cenário, é mister constante processo de inovação para que os destinos e as empresas turísticas se mantenham firmes no mercado.

Não raramente ao mencionar a terminologia Destino Turístico Inteligente é suposta a relação entre destino turístico e tecnologias de informação e comunicação - TICs, entretanto é preciso bem mais que isso para que um destino turístico seja designado inteligente. Alguns enfoques dão relevância às novas tendências informáticas, enquanto outros se voltam para o funcionamento eficiente dos subsistemas do destino turístico.

Embora a ideia de Destino Turístico Inteligente não se resuma às tecnologias informáticas, alguns estudos consideram que as tecnologias como a computação em nuvem - *cloud computing* - e a internet das coisas - *internet of things* - suscitam uma nova perspectiva ao setor público, privado e à academia.

Isto posto, os destinos turísticos devem se utilizar das TIC's no processo de criação de serviços inovadores para turistas, organizações e negócios do turismo, buscando gerar

aplicações turísticas através de projetos sistêmicos que garantam sua aplicabilidade (GIL, FERNÁNDEZ E HERRERO, 2015).

Diante dos diversos fatores mencionados é importante compreender quais são os critérios determinantes de um DTI e de que forma os indicadores de monitoramento têm sido utilizados. Portanto, o objetivo desse estudo é compreender como se dá a relação entre indicadores de monitoramento e DTIs, visto que estudos de anterioridade associam a utilização de indicadores de monitoramento como ferramenta aliada ao desenvolvimento turístico.

Para isso é salutar compreender o conceito de Destino Turístico Inteligente e entender o que são indicadores de monitoramento turístico a fim de identificar a relação entre indicadores de monitoramento e Destinos Turísticos Inteligentes.

Quanto aos aspectos metodológicos a pesquisa é de natureza teórica, por buscar gerar conhecimentos úteis para o avanço da ciência. O método adotado é o indutivo, por seus argumentos levam a conclusões de conteúdo amplo (PRODANOV E FREITAS, 2013).

Apresenta abordagem qualitativa devido à natureza dos dados coletados, dos instrumentos de pesquisa e dos pressupostos teóricos que norteiam a investigação. Possui objetivo descritivo por registrar e descrever os fatos observados sem interferir neles através de procedimento bibliográfico a partir de consulta a fontes bibliográficas já publicadas.

Além dessa introdução o estudo está dividido em desenvolvimento, que aborda o conceito de DTI e indicadores de monitoramento e suas relações, conclusão e referências bibliográficas.

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Diversos conceitos sobre Destinos Turísticos Inteligentes têm sido discutidos pela academia. Abordagens sobre a temática apontam enfoques como a implementação de tecnologias informáticas, gestão e transferência do conhecimento, utilização de dados abertos, solução de problemas associados à tecnologia, entre outros aspectos.

O termo DTI foi reconhecido oficialmente no Plano Nacional e Integral de Turismo aprovado em 2012 na Espanha, surgiu da necessidade de criar um novo conceito de destino turístico diante das transformações de mercado. Muñoz e Sánchez (2013, p. 62) definem DTI como

> [...] un espacio inovador consolidado sobre la base del territorio y de una infraestructura tecnológica de vanguardia. Un territorio comprometido con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat, dotado de un sistema de inteligencia que capte la información de forma procedimental, analice y comprenda los acontecimientos en tiempo real, con el fin de facilitar la interacción del visitante con el entorno y la toma de decisiones de los gestores del destino, incrementando su eficiencia y mejorando substancialmente la calidad de las experiencias turísticas.

Diante do exposto, para melhor compreender o conceito de DTI, autores como Talari (2017) e Brandão, Joia e Teles (2016) analisam primeiro o que seria uma cidade inteligente – *smart city* – por acreditar que as condições apresentadas pelas cidades inteligentes favorecem o desenvolvimento de um DTI.

A partir da compreensão sobre o conceito de cidade inteligente Brandão, Joia e Teles (2016) concebem um constructo de DTI que consiste na utilização da tecnologia associada aos componentes sociais, de forma a viabilizar o desenvolvimento urbano, promover qualidade de vida à comunidade e gerar experiências prazerosas nas relações entre a demanda e a oferta turística.

Ainda seguindo o pensamento desses autores a implementação da oferta turística através da implantação tecnológica - sensores, etiquetas, códigos e sistemas - aumenta a qualidade dos serviços de maneira a gerar um efeito secundário sobre a motivação dos turistas e consequentemente sobre a competitividade do destino.

Contudo, cada destino possui inúmeras peculiaridades que precisam ser estudadas e analisadas antes da implantação de serviços a fim de utilizar sua idiossincrasia para gerar posicionamento diferencial de mercado. Além disso, é essencial dispor de boa interconexão de dados no destino para garantir o funcionamento dos recursos (CRUZ E GÂNDARA, 2017).

Os autores supracitados seguem advertindo que as transformações no âmbito da tecnologia associada ao turismo exigem dos gestores públicos, privados e da academia novos sistemas, ideias e ações que incorporem essa realidade, apontando o modelo governamental participativo para melhoria da qualidade de vida da população.

Foi observado em um *case* sobre a cidade do Porto em Portugal que o desenvolvimento de *Smart Cities* encorajada o desenvolvimento de *Smart Destinations* ao passo que o desenvolvimento das TICs fornece novas ferramentas para a gestão do turismo, além de gerar novos desafios no processo de adequação às novas demandas do mercado tecnológico

(LIBERATO; GONZÁLEZ E LIBERATO, 2016). Em outra perspectiva, Gretzel et al. (2015) conceitua o turismo inteligente como

> ...an incredible promising scenario that results in more convenient, safe, exciting and sustainable living spaces for both residents and tourists, more personalized and therefore more relevant tourism experiences… more flexible structures and different perspectives on value creation… (GRETZEL ET AL., 2015, p.185).

Diante dos estudos apresentados as similitudes e dissensões de constructos em relação ao conceito de Destinos Turísticos Inteligentes se tornam perceptíveis. Uma das similitudes que se evidencia entre os enfoques dos autores mencionados está relacionada à melhoria da qualidade de vida como condição inerente de DTIs (GRETZEL ET AL., 2015; CRUZ, GÂNDARA, 2017; BRANDÃO, JOIA, TELES, 2016).

Desse modo, é salutar enfatizar a importância de um planejamento de DTIs que priorize a qualidade de vida de seus habitantes, a fim de que o bem-estar do visitante seja consequência de um planejamento turístico sistêmico e idôneo.

Uma pesquisa feita por Vasavada e Padhiyar (2016) observa o crescimento do turismo inteligente. Para eles a ideia de turismo inteligente considera um ecossistema de negócios inteligente e a experiência de turismo inteligente como elementos base para a troca, criação e processamento de dados.

Por sua vez, a gestão do turismo do Porto considera a integração da tecnologia determinante para as experiências turísticas, por fornecer uma visão estratégica e oferta de informação interativa. Ademais, as aplicações tecnológicas exercem influência positiva na eleição e posicionamento competitivo do destino, experiência turística e satisfação (LIBERATO; GONZÁLEZ; LIBERATO, 2016).

Observa-se, portanto, que não há um consenso estabelecido sobre quais são os critérios determinantes de DTIs. Um estudo de caso realizado por Boes, Buhalis e Inversini (2015) com o objetivo de identificar as dimensões críticas do desenvolvimento de DTIs mostra que as cidades de Amsterdã, Barcelona e Helsinki consideram quatro critérios fundamentais: capital humano, liderança, capital social e inovação.

A Sociedad Estatal para la Gestión de la Inovación y las Tecnologias Turísticas (2015) - SEGITTUR– afirma que todo DTI deve se desenvolver a partir de quatro pilares fundamentais: inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade. Dessa forma, para descobrir se um

destino turístico é inteligente deve ser feito um estudo local adequado a partir de indicadores que o ratifiquem.

A fim de guiar o desenvolvimento de destinos turísticos no caminho inteligente, um estudo realizado por Tran, Huertas e Moreno (2017) apresenta as dimensões mais significantes para se tornar um DTI: acessibilidade, gestão e atrações turísticas inteligentes. A Tabela 01 a seguir esquematiza os critérios determinantes de um DTI de acordo com os autores da revisão bibliográfica realizada.

TABELA 01. DIMENSÕES DO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Gretzel et al. (2015)	Convenient, safe, exciting and sustainable living spaces for both residents and tourists, more personalized and therefore more relevant tourism experiences.
Boes, Buhalis; Inversini (2015)	Capital humano, liderança, capital social e inovação.
SEGITTUR (2015)	Inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade.
Vasavada; Padhiyar (2016)	Ecossistema de negócios inteligente e experiência de turismo inteligente, troca, criação e processamento de dados.
Cruz; Gândara (2017)	Modelo governamental participativo, qualidade de vida da população.
Brandão; Joia; Teles (2016)	Tecnologia associada aos componentes sociais, promoção do desenvolvimento urbano, qualidade de vida e de experiências prazerosas na relação demanda X oferta turística.
Tran; Huertas; Moreno (2017)	Acessibilidade, gestão e atrações turísticas inteligentes.

Fonte: Elaboração própria.

INDICADORES DE MONITORAMENTO TURÍSTICO

Autores como Cruz e Gândara (2017) consideram como indicadores a governança, ações de sustentabilidade territorial urbana, sustentabilidade turística, conectividade e sensorização, sistemas de informação/inteligência turística, inovação, informação turística e marketing online.

De acordo com a SEGGITUR (2015) os indicadores de monitoramento e gestão de destinos turísticos inteligentes são informações sobre atributos que permitem qualificar, quantificar e mensurar as condições locais, facilitando a compreensão dos dados e melhorando a qualidade da pesquisa.

A classificação de indicadores adequados tem o potencial de auxiliar o processo de diagnóstico turístico, bem como permitir o constante monitoramento de mudanças, dar clareza e precisão aos objetivos, promover responsabilidade e dar suporte às ações definidas. Em suma, os indicadores são incisivos porque simplificam, quantificam e comunicam (ZUCARATO; SANSOLO, 2006).

Esses autores asseveram ainda que o objetivo dos indicadores é informar com precisão a situação de dado destino em dado momento para que a tomada de decisão esteja embasada na realidade. Concomitantemente é preciso atentar para os indicadores que apresentam extrema simplificação a ponto de não conseguir expressar todas as relações do fenômeno, fazendo uso de informações correlatas e imprecisas, acarretando pouca representatividade ao indicador.

Isto posto, autores como Gil, Fernández e Herrero (2015) ressaltam a necessidade de ferramentas para a análise de informações que sejam acessíveis para todas as partes envolvidas com o destino. Eles denominam tais ferramentas de observatórios turísticos.

Portanto, torna-se evidente que em vista do desenvolvimento de um DTI é relevante considerar os observatórios da atividade turística como uma ferramenta de análise embasada na observação da real dinâmica da atividade e transmissão de dados confiáveis aos agentes locais. Nessa perspectiva, o próprio destino funcionaria como um laboratório de investigação do turismo.

Por sua vez, a SEGITTUR (2015) declara que um observatório turístico deve tornar acessíveis ferramentas como diagnóstico, avaliação, observação/prospecção e geração de produtos e serviços, a fim de desenvolver um DTI a todos os *stakeholders*.

Nesse sentido, existe grande quantidade de informação, porém fragmentada e incompleta, mostrando a necessidade de um sistema padronizado de coleta de dados e análise acessível a todos os atores sociais na busca por soluções inteligentes (GIL, FERNÁNDEZ E HERRERO, 2015). A ideia é que a sistematização dessa informação se traduza no processo de monitoramento (OLIVEIRA, GÓMEZ E CÂNDIDO, 2011).

Infere-se, portanto, a importância da utilização de indicadores consistentes a partir do monitoramento que pode ser oportunamente realizado por observatórios turísticos. É importante ressaltar ainda, que a utilização de indicadores de monitoramento deve considerar as particularidades de cada destino, por isso, a consulta aos atores sociais e instituições locais auxilia na seleção de indicadores que melhor retratem a realidade local (ibid).

Assim, a utilização de indicadores de monitoramento adequados respalda a distinção de DTIs dos demais destinos turísticos, visto que a utilização do termo *smart* ou inteligente tem sido utilizada para fins promocionais causando confusão sobre a utilização desse termo enquanto atributo diferencial de destinos turísticos pontuais.

A OMT (2005) agrega à essa discussão a ideia de que os indicadores influenciam o desenvolvimento turístico sustentável a partir da informação que geram, das mobilizações que criam e das ações que promovem.

É relatado no estudo de Gomes, Gândara e Baidal (2017) que os gestores de vários municípios do Paraná consideram os indicadores de monitoramento turístico um instrumento salutar ao apontamento de ações práticas para alcançar o patamar de DTI.

Haja visto, convém afirmar que os indicadores de monitoramento funcionam como um termômetro mensurador das potências e fragilidades que um destino precisa transcender pautando-se em estratégias condizentes com as oportunidades contingenciais identificadas por esses indicadores. A partir disso é que o destino terá recursos para melhoria de sua gestão rumo a galgar a atribuição de Destino Turístico Inteligente.

CONCLUSÃO

O presente estudo tem o objetivo de compreender a relação entre indicadores de monitoramento e DTIs visto que estudos de anterioridade associam a utilização de indicadores de monitoramento como potencial ferramenta para o desenvolvimento turístico.

Constatou-se a partir da validação dos autores abordados que os indicadores de monitoramento turístico têm o potencial de contribuir e oportunizar mudanças no processo de desenvolvimento de um DTI, desde que sejam utilizados indicadores idôneos às contingências de cada destino em questão.

É evidente que apesar da atenção que os estudos de turismo têm atribuído aos Destinos Turísticos Inteligentes ainda é preciso expandir as reflexões a respeito de indicadores de monitoramento efetivos, para que todo DTI seja devidamente reconhecido entre os demais destinos. Além disso, existem poucas pesquisas voltadas para indicadores de DTI se comparado à quantidade de estudos a respeito de indicadores de sustentabilidade de destinos turísticos.

É importante nesse espaço ressaltar que o presente estudo não esgota as discussões a respeito de DTIs e indicadores de monitoramento turístico. Sugere-se, dessa forma, para futuros estudos a definição de indicadores efetivos que possam ser utilizados pelos destinos turísticos a fim de que exista um critério mais rigoroso de atribuição do título de DTI conferindo-lhes o merecido destaque mercadológico.

REFERÊNCIAS

BOES, K.; BUHALIS, D.; INVERSINI, A. Conceptualising smart tourism destination dimensions. In: **Information and communication technologies in tourism 2015**. Springer, Cham, p. 391-403, 2015.

BRANDÃO, M.; JOIA, L. A.; TELES, A. Destino turístico inteligente: um caminho para transformação. **Anais do Seminário da ANPTUR**, 2016.

CRUZ, M. M.; GÂNDARA, J. M. Indicadores para Monitoramento e Gestão de Destinos Turísticos Inteligentes. **CULTUR-Revista de Cultura e Turismo**, v. 10, n. 2, p. 03-22, 2017.

GIL, A. M. L.; FERNÁNDEZ, B. Z.; HERRERO, J. L. C. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el Marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. **Investigaciones Turísticas**, [S.l.], n. 10, p. 1-25, jul/dez. 2015.

GOMES, E. L.; GÂNDARA, J.M.; BAIDAL, J. I. É importante ser um destino turístico inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do Estado do Paraná. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 503-536, 2017.

GRETZEL, U. et al. Smart tourism: foundations and developments. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 179-188, 2015.

LIBERATO, P.; GONZÁLEZ, M. E. A.; LIBERATO, D. F. V. A. A importância da tecnologia num destino turístico inteligente: o caso do Porto. In: **Proceedings of XIX Congreso AECIT, Tenerife**, 2016.

MUNHOZ, A.L.A.; SÁNCHEZ, S. G. Destinos Turísticos Inteligentes. Deusto Buniness Review, Harvard, n. 224, p. 58-67, 2013.

OMT - Organización Mundial del Turismo. **Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: guía práctica**. Madrid, 2005.

OLIVEIRA, V. M.; GÓMEZ, C. R. P; CÂNDIDO, G. A. Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística: Una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis. In: **Anais do Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI), São Paulo, SP, Brasil**, v. 14, 2011.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ed. Editora Feevale, 2013.

SEGITTUR 2015. Destino Turístico Inteligente. Disponível em: < https://www.segittur.es/es/DTI/dti-detalle/Destinos-Tursticos-Inteligentes-00007/#.W2CnQVBKjIU > Acesso em: 09 set. 2018.

TALARI, S. et al. A review of smart cities based on the internet of things concept. **Energies**, [S.l.], v. 10, n. 4, p. 421, 2017.

TRAN, H. M.; HUERTAS, A.; MORENO, A. (SA)6: A new framework for the analysis of smart tourism destinations. A comparative case study of two Spanish destinations. In: **Actas del Seminario Internacional Destinos Turisticos Inteligentes**, Alicante, 2017.

VASAVADA, M.; PADHIYAR, Y. J. Smart Tourism: Growth for Tomorrow. **Journal for Research**, v. 1, n. 12, 2016.

ZUCARATO, Afonso G.; SANSOLO, Davis G. Uso de indicadores na pesquisa em turismo. In: **Anais do IV SeminTUR-Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul**, 2006.



GT 03

TURISMO E MEIO AMBIENTE

Coordenação:

Prof.ª Dranda. Laura Almeida de Calasans Alves - Departamento de Turismo/UFS

Prof. Me. Wagner Araujo Oliveira - Departamento de Turismo/UFS

GEOPARQUE SERIDÓ: ANÁLISE GEOTURÍSTICA DOS GEOSSÍTIOS EM CURRAIS NOVOS/RN

Sebastiana Guedes Bezerra[66]
Wagner Araújo Oliveira[67]

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo central analisar as potencialidades geoturísticas dos geossítios do município de Currais Novos - RN que estão inseridos no projeto Geoparque Seridó. Para atingir o objetivo central do presente trabalho adotou-se uma abordagem qualitativa, sendo de caráter exploratório e descritivo. Foi feito a pesquisa bibliográfica, na qual contou com levantamento de livros, artigos e documentos que dissertam e abordam as temáticas do trabalho, como turismo, geoturismo e geoparques. Com instrumento de coleta foi utilizado a metodologia de inventariação do Ministério do turismo – Invtur (2006) que tem como objetivo auxiliar na avaliação da importância dos atrativos para o desenvolvimento da atividade turística. O município de Currais Novos (RN) dispõe de atrativos turísticos principalmente nas áreas naturais, atrativos estes que estão inseridos no projeto Geoparque Seridó que são áreas delimitadas cujo objetivo é fomentar o geoturismo de modo a valorizar os aspectos da geodiversidade, além de promover a conservação e manutenção dos atrativos, bem como o desenvolvimento local na região. A partir dos resultados, foi possível perceber que os geossítios recebem visitantes, sendo seu maior público estudantes de escolas da região e estados vizinhos. Alguns dos geossítios não dispõe de estrutura mínima para atender os visitantes. O único geossitio que oferece melhores infraestruturas e tem capacidade de receber turistas de escala internacional é a Mina Brejuí. Desse modo, os atrativos necessitam de uma gestão e um planejamento correto e adequado para que o geoturismo seja desenvolvido de fato na região, como também dispor de infraestrutura e ações de modo a proporcionar aos visitantes o conhecimento acerca da localidade, suas formações rochosas, cultura e história de seu povo oportunizando um aprendizado e aguçando o imaginário dos turistas por meio da interpretação geológica e geomorfológica.

Palavras-Chave: Turismo. Geoturismo. Geoparque.

ABSTRACT

The present article analyzes the geotouristic potentialities of the geosites of the municipality of Currais Novos - RN that are inserted in the project Geopark Seridó. The study adopted a qualitative, exploratory and described approach, using an inventory methodology of the Tourism Ministry - Invtur (2006), whose objective is to assist in the evaluation of the importance of the attractions for the development of the tourist activity. Thus, the geosites of the municipality of Currais Novos present potential capable of attracting tourists on a national as well as regional scale, as well as the development of local communities through geotourism and geodiversity, enabling a cultural interaction between the visitor and the community. This study proves how the geosites of the Geopark Seridó project can make possible a greater diversification of the tourist offer of the region, calling attention to the geological richness that exists in the place.

Keywords: Tourism. Geotourism. Geopark project Seridó.

[66] Bacharel em Turismo (UFRN), Especialista em Educação Ambiental e Geografia do Semiárido (IFRN). E-mail: anaguedesbezerra@gmail.com
[67] Bacharel e Mestre em Turismo (UFRN), Especialista em Gestão Ambiental (IFRN) e Professor Substituto do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: wagnercnr@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

O turismo movimenta um fluxo de pessoas que vão à procura de lugares diferentes, que proporcionam melhoria na qualidade de vida, seja lazer e descanso, essa procura está diretamente relacionada com ambientes naturais, a procura por ambientes naturais tem aumentado, elemento contribuinte para conservação e valorização desses recursos, por possuir uma capacidade de movimentar uma grama de benefícios onde está inserido, o possibilita uma considerável melhoria na infraestrutura e a valorização dos atrativos. Cabe salientar que a natureza é composta por duas frações fortemente conectadas e independentes e na prática inseparáveis, as frações biótica e abiótica (BRILHA, 2002 *apud* CARDOSO, 2013).

Outrossim, o turismo em áreas naturais vem crescendo cada vez mais, devido principalmente ao crescente interesse do homem por esses locais, agindo de acordo com suas finalidades ou anseios, transformando o ambiente no qual está inserido. Assim, César *et al* (2007) diz que o turismo em áreas naturais vem sendo desenvolvido de maneira bastante restrita e com ações bem isoladas.

O geoturismo vem sendo visto como uma atividade capaz de difundir e valorizar a concepção de geoparques da Unesco, por isso, algumas dessas alternativas podem contribuir para conservação do meio natural, como é o caso da geodiversidade, geoconservação que buscam a sustentabilidade dos ambientes naturais, sobretudo o meio abiótico, que são feições geológicas distintas utilizadas para fins turísticos.

Os geoparques no Brasil surgem com a finalidade de contribuir com a valorização do meio ambiente, conservar os costumes das comunidades, potencial turístico com enfoque nos aspectos geológicos, o que possibilita um maior conhecimento do turista acerca da geologia, geomorfologia presentes nos destinos turísticos (NASCIMENTO; FERREIRA, 2012).

Os geoparques se adaptam as mais diferentes realidades sendo possível articular um desenvolvimento sustentável pautado na valorização das feições geológicas de maneira geral, observando as características naturais, culturais, econômicas e sócias (CARDOSO, 2013). O geoparque Seridó abrange seis munícipios com total de 16 geossítios. Nesse sentido, o objeto desta pesquisa são os geossítios do projeto geoparque Seridó, situado no município de Currais Novos - RN.

O projeto geoparque Seridó foi resultado de um estudo técnico e o diagnóstico que embasou a sua definição, totalizando a organização de vinte e cinco geossítios, contempla em

uma área com cerca de 6.000 Km^2. Os geossítios possuem um singular patrimônio geológico que necessita de mecanismos que permitam a seleção dos locais relevantes seja para fins turísticos, científicos e/ou educacionais. Na região Seridó se encontra o mais complexo e rico patrimônio geológico na região Nordeste do País, esse fato é devido à ocorrência de inúmeros processos naturais a que essa região foi submetida ao longo do processo Geológico.

Sendo assim, esta pesquisa analisa as potencialidades reveladas por meio da inventariação dos geossítios Pico do Totoró, Mina Brejuí, Cânions dos Apertos e o Morro do Cruzeiro inseridos no projeto Geoparque Seridó que estão situados no município de Currais Novos/RN.

METODOLOGIA

Para atingir o objetivo central do presente trabalho adotou-se uma abordagem qualitativa, sendo de caráter exploratório e descritivo. Foi feito a pesquisa bibliográfica, na qual contou com levantamento de livros, artigos e documentos que dissertam e abordam as temáticas do trabalho, como turismo, geoturismo e geoparques. Além disso foi realizado a pesquisa *in loco* nos geossítos objetivando a realização do inventário, para esta etapa foi utilizada a metodologia de inventariação utilizada foi do Ministério do Turismo - Invtur (2006) que tem por objetivo auxiliar na avaliação da importância dos atrativos identificados para a atividade turística, bem como traça parâmetros para identificar elementos com características peculiares e interesses que venha despertar o turista. Outrossim, têm como base o levantamento sistemático dos geossítios de toda a área de estudo, portanto foram escolhidos aqueles que têm apenas características excepcionais e apresenta potencial turístico e geológico. As visitas aos geossitios foi guiado por um guia local, na qual teve-se a oportunidade de entrevistá-lo, além disso, depois o registro fotográfico dos geossítios Uma vez os dados coletados e obtidos os resultados, o passo adiante é análise e interpretação, desse modo, para os resultados a análise escolhida foi a análise descritiva. A escolha dessa técnica justifica-se pelo fato de ser suficiente para atingir os objetivos propostos.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

CARACTERIZAÇÃO E INVENTARIAÇÃO DOS ESPAÇOS TERRITÓRIAIS DOS GEOSSÍTIOS

O estudo foi desenvolvido na área que compreende o projeto Geoparque Seridó, que incluiu o município de Currais Novos localizado na mesorregião central Potiguar e na Microrregião Seridó Oriental, distante aproximadamente 172 km do estado do Rio Grande do Norte. Além de uma paisagem impar provenientes das características físicas e naturais, a

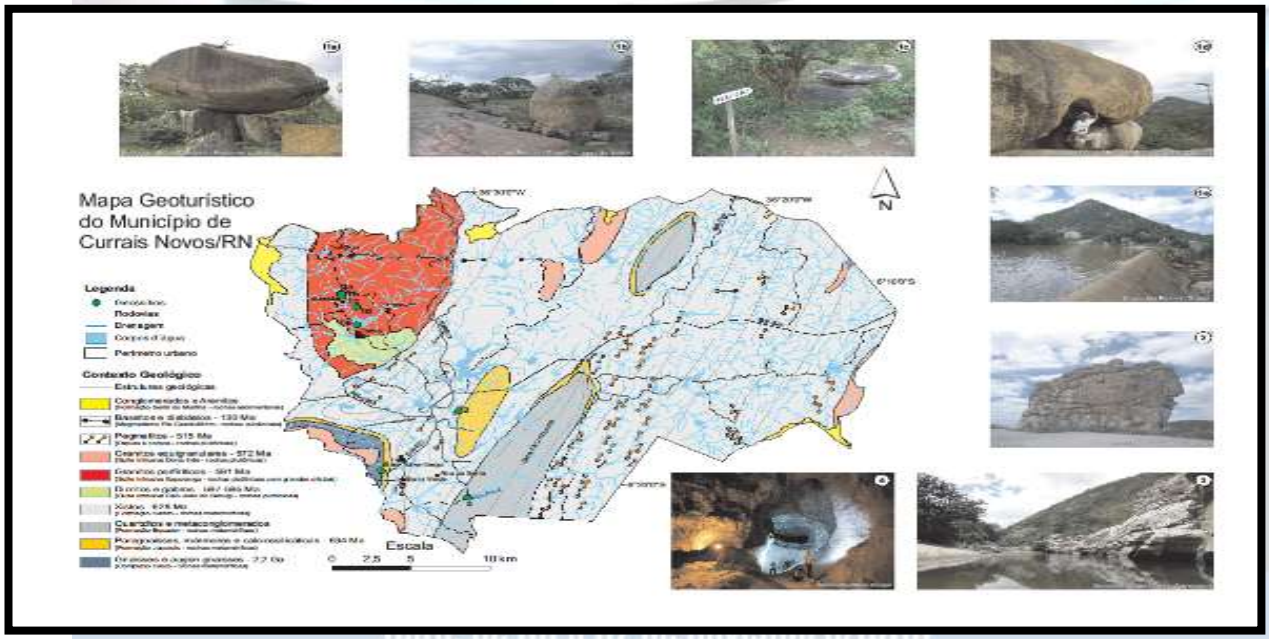
história e a cultura que fizeram dessa região um espaço dotado de atributos que materializa o processo de adaptação homem e natureza.

A cidade de Currais Novos, objeto desta pesquisa, caracteriza-se pelas riquezas naturais e pelas peculiaridades históricas e culturais, conta com uma vegetação típica da caatinga hiperxerófila de caráter mais seco, com abundância de cactácea. Currais Novos sofre com o processo de degradação da terra nas zonas áridas, semi-áridas e sub-úmidas secas, isso é o resultado de vários fatores que influenciaram diversas ações como climáticas e as atividades humanas, por consequências dessas ações Currais Novos está inserida em uma área susceptível à desertificação considerado muito grave (IDEMA, 2013).

Nesse contexto estão inseridos os geossítios do projeto Geoparque Seridó, entre os quais foram analisados os do munícipio de Currais Novos/RN. Em meio a esse cenário estão os geossítios Pico do Totoró, Cânions dos Apertados, Pedra do Cruzeiro e a Mina Brejuí, que possui potencial turístico.

Foram selecionados três geossítios Cânions dos Apertados, Mina Brejuí, Morro do Cruzeiro e o Pico do Totoró, locais de relevante interesse geológico e potencial turístico como pode ser vista na Figura 1.

FIGURA 1. PONTOS GEOTURÍSTICOS DE CURRAIS NOVOS, RN.



Fonte: Bezerra, 2014.

- Geossítio Pico do Totoró

O Geossítio Pico do Totoró situa-se no Distrito Totoró, há aproximadamente 10 km do centro de Currais Novos O acesso se dá por uma estrada de chão batido, o geossítio predomina rochas de natureza granítica, inequigradunalares de textura grosa a ponfirítica de cor rósea contendo minerais grandes[68].

Os primeiros povoamentos do município de Currais Novos aconteceram no Povoado que hoje é conhecido como Totoró. No Rio Grande do Norte a pecuária foi a segunda atividade de maior importância, após a existência da primeira economia que foi a cana de açúcar. Algumas cidades se formaram a partir desse caminho que o gado fez do litoral para o interior, Currais Novos é uma cidade que exemplifica esse cenário, sendo construída a partir das paradas que os vaqueiros faziam para descansar, e formava currais para prender o gado, assim a origem do nome da cidade. Devido a esse dado histórico e econômico o local é dotado de importância histórica e cultural para o município, como pode ser visto na Figura 2 e 3.

FIGURA 2. PICO DO TOTORÓ



FIGURA 3. VISTA DE CIMA DO PICO DO TOTORÓ



Fonte: Bezerra, 2013.

O atrativo geoturístico de maior destaque nesse geossítio é o Pico do Totoró, essa formação rochosa e a visita ao atrativo consiste principalmente na subida por meio de uma trilha até o topo, ao longo do percurso existem mirantes onde é possível contemplar a paisagem do local, permitindo também visualizar algumas cidades da região. No Pico do Totoró diversos outros atrativos podem ser identificados, são eles Açude do Totoró, Lagoa do Santo, Pedra do Letreiro e Pedra do Sino, sendo que esta três detalhamos melhor a seguir.

[68] NASCIMENTO, M. A. do.; FERREIRA, V. Geoparque Seridó (RN). In: SHOBBENHAUS, C.; Silva, C. R. da (Org.). Geoparques do Brasil: Propostas. Rio de Janeiro, CPRM, 2012, p. 362-416.

- Pedra do Sino/Lagoa do Santo/ Pedra do Letreiro

Pedra do Sino, Lagoa do Santo e a Pedra do Letreiro estão localizadas no Povoado Totoró, distante 12 km da cidade de Currais Novos e compõem o geossítio Pico do Totoró, do projeto Geoparque Seridó[69].

A Pedra do Sino, de acordo com a guia local foi bastante utilizada na época dos índios cariris que usavam como uma forma de comunicação, pois ao bater na pedra ela emitia diferentes sons, cada um tem um significado diferente. A Figura número 4 sinaliza a Pedra do Sino.

FIGURA 4. PEDRA DO SINO

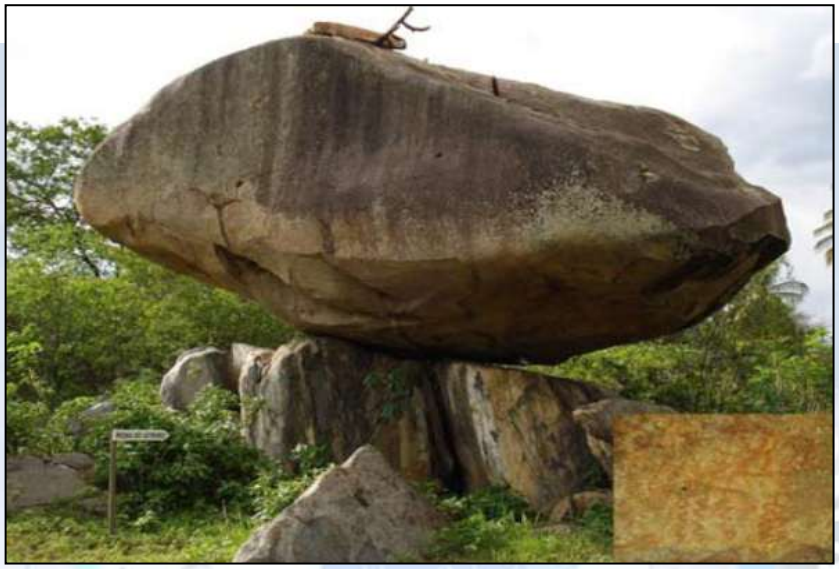


Fonte: Bezerra, 2014.

No atrativo Lagoa do Santo foram encontrados inúmeros fósseis de mamíferos gigantes, como preguiças, mastodontes, gliptodontes, dentre outros, bem como pinturas rupestres[70] com inúmeras formas geométricas que foram encontradas no local, segundo a guia local o nome Lagoa do Santo teve origem devido aparição de um santo, porém recentemente o atrativo sofreu algumas modificações na sua caracterização, por ter passado um trator revirando o local, permitindo que alguns fósseis ficassem expostos, descaracterizando o ambiente, pode ser visualizado na Figura 5.

[69] Plano Municipal de Desenvolvimento do turismo de Currais *Novos* – RN. Currais Novos, 2014, p. 70.
[70] NASCIMENTO, M. A. do.; FERREIRA, V. Geoparque Seridó (RN). In: SHOBBENHAUS, C.; Silva, C. R. da (Org.). Geoparques do Brasil: Propostas. Rio de Janeiro, CPRM, 2012, p. 362-416.

FIGURA 5. LAGOA DO SANTO.



Fonte: Bezerra, 2014.

A Pedra do Letreiro é uma rocha de forma geométrica, onde existem pinturas rupestres[71], a guia local ressalta que antigamente era utilizada como abrigo para os homens da época da pré-história. O acesso aos atrativos é realizado por meio de uma trilha, o local não dispõe de sinalização turística, nem sinalização básica que dê suporte ao turista no decorrer das visitas, como pode ser visto na Figura 6.

FIGURA 6. PEDRA DO LETREIRO.



Fonte: Geoparque Seridó, 2010.

[71] Plano Municipal de Desenvolvimento do turismo de Currais *Novos* – RN. Currais Novos, 2014.

O atrativo está localizado em uma propriedade privada, para que ocorra a visitação é necessário pagar uma taxa mínima de dois e autorização prévia, para que seja possível a visitação ocorre a acompanhada com guias locais

De acordo com a guia local o atrativo recebe um fluxo de turista principalmente pedagógico que são os estudantes do município e das cidades vizinhas como Parelhas, Carnaúba dos Dantas, Caicó, entre outros, e do Estado da Paraíba. Percebeu-se que o local tem potencial para a inserção de outros segmentos do turismo, como o geoturismo, arqueoturismo, dentre outros, buscam um maior contato com a natureza.

- Geossítio Mina Brejuí

O geossítio Mina Brejuí que está situado precisamente no município de Currais Novos, distante 10 km do centro da cidade, para chegar ao atrativo é necessário seguir pela BR 427[72], após sair da BR há uma estrada não pavimentada que liga ao atrativo, existe uma considerável movimentação de carros da Mina Brejuí.

A Mina Brejuí é uma rocha constituída principalmente paragnaisses de cor cinza, formado de quartzo, feldspato e biotita, sobretudo nas rochas calcassilicáticas que acontece a mineralização de tungstênio, devido a presença de cheelita[73], estes tipos de rochas são encontrados no atrativo, como pode ser visto nas Figuras 7 e 8.

[73] NASCIMENTO, M. A. do.; FERREIRA, V. Geoparque Seridó (RN). In: SHOBBENHAUS, C.; Silva, C. R. da (Org.). Geoparques do Brasil: Propostas. Rio de Janeiro, CPRM, 2012, p. 362-416.

FIGURA 7. TÚNEL DA MINA BREJUÍ. **FIGURA 8. MUSEU MINERAL MÁRIO PORTO.**





Fonte: Proposta Geoparque Seridó, 2010.

A visitação é realizada com guias locais da própria comunidade, que são capacitados para atuar na área. Nas instalações da mina é possível visitar o Memorial Tomaz Salustino construído em homenagem ao fundador e proprietário da Mineração Tomaz Salustino S/A.

O Memorial Tomaz Salustino inaugurado no ano de 2006, retrata a história do Desembargador Tomaz Salustino e sua família, nele pode-se encontrar um acervo de objetos, artefatos e fotos. Outro ponto que pode ser visitado é o Museu Mineral Mario Moacyr Porto, onde existe considerável variedade de minerais e rochas, com destaque para a sheelita, o principal mineral extraído da mina e no Memorial Tomaz Salustino onde retrata a história da vida de Tomaz Salustino.

No decorrer da visita é possível conhecer os túneis e galerias da Mina Brejuí, estes com uma extensão total de aproximadamente 300 metros, na qual é composta por diversos andares no subsolo onde acontece a extração mineral. A visita se dá por meio do principal túnel da Mina, onde o visitante pode visualizar a maneira como é realizada a extração, além disso, com auxilio *mineralight* (equipamento usado no estudo da fluorescência dos minerais) pode-se observar o mineral sheelita[74].

O turista que visita o atrativo faz parte do turismo pedagógico, assim várias escolas da região e de outras localidades optam por visitar essa localidade. O atrativo recebe de maneira esporádica o turista estrangeiro, oriundo principalmente dos Estados Unidos.

[74] Plano Municipal de Desenvolvimento do turismo de Currais *Novos* – RN. Currais Novos, 2014.

- Geossítio Morro do Cruzeiro

O Geossítio Morro do Cruzeiro está localizado na área urbana de Currais Novos/RN, na saída para Santa Cruz, pela BR 228[75]. Sendo que em parte do percurso há pavimentação, contudo existe apenas uma placa na margem da BR 228 que sinaliza para o local.

A Pedra do Cruzeiro, como é popularmente conhecida, é predominantemente formado por pegmatito, diques de pegmatito inequigranular de textura grossa a portirítica, cor rósea, formado por K-feldspato, quartzo e plagioclásio.

O geossítio é utilizado principalmente para fins religiosos e pedagógicos, devido principalmente por apresentar uma considerável importância histórico–cultural para o município, sendo que o atrativo recebe visitações turísticas com fins religiosos e pedagógicos. Os residentes que utilizam o atrativo seja para a caminhada, a contemplação da paisagem e o pôr do sol, a visita é autoguiada e não há cobrança de nenhuma taxa.

- Geossítio Cânions dos Apertados

O geossítio situa-se na Fazenda Aba da Serra, aproximadamente 10 km do município de Currais Novos. O acesso se dá pela BR 427 para chegar até o atrativo é necessário seguir em uma estrada batido. O Cânions dos Apertados é uma formação rochosa de quartzito formado principalmente por quartzo eventualmente moscovita biotita e minerais opacos, as fraturas geradas na rocha, modelaram a área[76].

FIGURA 9. CÂNIONS DOS APERTADOS



Fonte: Bezerra, 2014.

[75] NASCIMENTO, M. A. do.; FERREIRA, V. Geoparque Seridó (RN). In: SHOBBENHAUS, C.; Silva, C. R. da (Org.). Geoparques do Brasil: Propostas. Rio de Janeiro, CPRM, 2012, p. 362-416.
[76] Plano Municipal de Currais Novos, 2014.

O local não dispõe de sinalização geral nem turística que indique o acesso até o atrativo, isso eleva o nível de dificuldade para chegar ao atrativo principalmente em período de chuvas quando há uma dificuldade maior nas condições do acesso, como. O turismo acontece durante todo o ano, mas na época de chuvas as visitações ocorrem com maior frequência, principalmente devido à enchente do rio, é o que aumenta a beleza cênica do local, tendo a possibilidade para a realização de trilhas, escaladas, turismo de aventura, tomar banho no rio, além da contemplação da paisagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O município de Currais Novos dispõe de atrativos turísticos principalmente nas áreas naturais, atrativos estes que estão inseridos no projeto Geoparque Seridó que são áreas delimitadas cujo objetivo é desenvolver o turismo por meio do geoturismo e a geodiversidade, além de desenvolver as comunidades do entorno.A maioria dos geossítios não dispõe de estrutura mínima para atender os visitantes, além de não existirem nas áreas naturais uma estrutura que indique, sensibilize e eduque os turistas quanto à riqueza, beleza cênica e paisagística do local, intensificando a experiência turística.Desse modo, o geoturismo necessita de planejamento eficaz para que desenvolva as regiões que tem potencial turístico, além de proporcionar aos visitantes o conhecimento acerca da localidade, suas formações rochosas, cultura e história de seu povo oportunizando um aprendizado e aguçando o imaginário dos turistas por meio da interpretação geológica e geomorfológica.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, C. S. **Geoparque Seridó:** valores turísticos e gestão**.** Dissertação (mestrado de Turismo) - Programa de Pós- Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013.131p.

CESAR, P. A.; *et al.* **Ecoturismo. Livro do aluno**: Caminhos do Futuro. São Paulo: IPSIS, 2007.

CURRAIS NOVOS. Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente. **Perfil dos municípios**. Disponível em: <http://www.idema.rn.gov.br/contentproducao/aplicacao/idema/socio_economicos/enviados/perfil_municipio.asp>.

Manual do pesquisador - **Inventário da Oferta Turística:** instrumento de pesquisa/Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

NASCIMENTO, M. A. L.; FERREIRA, R. V**. Projeto Geoparques Geoparque Seridó** – RN Proposta, 2010.

Plano Municipal de Desenvolvimento do turismo de Currais Novos – RN. Currais Novos, 2014, p. 70.

UM ESTUDO SOBRE AS POSSIBILIDADES DE USO TURÍSTICO-SUSTENTÁVEL DO RIO PARAMOPAMA NO MUNICÍPIO DE SÃO CRISTÓVÃO/SE

Arilande Nascimento Santos[77]
Rosana Eduardo da Silva Leal[78]

RESUMO

Com o crescimento do turismo nos últimos anos, a preocupação com o meio ambiente natural vem ganhando destaque, uma vez que as pessoas estão optando cada vez mais por segmentos relacionados a natureza. Portanto, é preciso que os destinos turísticos busquem trabalhar de forma sustentável para garantir que o meio ambiente não sofra com a exploração turística desenfreada. Sendo assim, o presente trabalho teve como objetivo geral, identificar o potencial turístico do rio Paramopama para propor um projeto de intervenção, considerando suas especificidades sociais, culturais, ambientais, econômicas e turísticas. E como objetivos específicos identificar a dinâmica atual dos usos sociais, culturais, ambientais e econômicos do Rio Paramopama, considerando ainda os impactos existentes na localidade; verificar a infraestrutura que é usada pela população local para uso do rio; e conhecer os anseios da comunidade local quanto ao uso turístico do rio. Esse estudo foi realizado para dar base a uma proposta de intervenção de uso turístico-sustentável do referido rio. A pesquisa possui caráter descritivo, de cunho qualitativo e abarcou a pesquisa bibliográfica e de campo, com observação *in loco* e o uso do diário de campo. Além disso, foi realizada entrevista estruturada com a representante da Associação dos Moradores da Ilha Grande. A partir dos resultados percebeu-se que o rio Paramopama tem potencial para se desenvolver um projeto turístico-sustentável que possa contribuir para o fortalecimento do turismo no município, desde que seja levado em consideração suas especificidades sociais, ambientais, econômicas e culturais, se enquadrando no segmento de ecoturismo. Além disso, poderá atrair novos perfis de turistas com a elaboração de novos roteiros, promovendo também a geração de emprego e renda, por meio da relação entre natureza, cultura e comunidade local.

Palavras chaves: Turismo. Sustentabilidade. Rio Paramopama.

ABSTRACT

With the growth of tourism in recent years, the concern with the natural environment has been gaining prominence, since people are increasingly opting for segments related to nature. Therefore, tourism destinations need to work sustainably to ensure that the environment does not suffer from unbridled tourist exploitation. The objective of this study was to identify the tourist potential of the Paramopama River to propose an intervention project considering its social, cultural, environmental, economic and tourist specificities. And as specific objectives identify the current dynamics of the social, cultural, environmental and economic uses of the Paramopama River, considering also the existing impacts in the locality; verify the infrastructure that is used by the local population to use the river; and to know the local community's wishes regarding the tourist use of the river. This study was carried out to provide a basis for a proposed intervention for the use of tourism in this river. The research has a descriptive character, of qualitative character and it encompasses the bibliographical and field research, with in loco observation and the use of the field diary. In addition, a structured interview was conducted with the representative of the Ilha Grande Residents' Association. From the results, it was realized that the Paramopama River has the potential to develop a tourism-sustainable project that can contribute to the strengthening of tourism in the municipality, provided that it's social, environmental, economic and cultural specificities are taken into account. in the ecotourism segment. In addition, it can attract new profiles of tourists with the elaboration of new itineraries, also promoting the generation of employment and income, through the relationship between nature, culture and local community.

Keywords: Tourism. Sustainability. Paramopama River.

[77] Bacharela em Turismo da Universidade Federal de Sergipe; Pós-Graduada em Planejamento do Turismo da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: arisantos2007@gmail.com

[78] Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Sergipe, Campus São Cristóvão; Doutora em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco; E-mail: rosanaeduardo@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

A atividade turística se desenvolve à medida que as pessoas buscam aproveitar seu tempo livre para conhecer novos lugares, novas histórias, diferentes hábitos e costumes. Com isso, a diversidade cultural torna-se um fator de desenvolvimento muito importante para o turismo e para a comunidade receptora.

Entretanto, para que a comunidade receptora possa estar preparada para atender as expectativas dos seus visitantes é importante que a mesma possua um planejamento estratégico de longo prazo para que a atividade turística não cause impactos negativos nos monumentos históricos, culturais e naturais da localidade. O planejamento estratégico é um grande aliado no combate aos impactos negativos e consequentemente colabora positivamente para o êxito da atividade turística seja ela em áreas naturais ou construídas.

São Cristóvão é uma cidade que esconde em seus casarios, ruas, ladeiras e topografias traços e resquícios históricos e culturais de um povo, sendo assim, é importante ressaltar que é preciso de um planejamento para garantir que o desenvolvimento do turismo não cause impactos que possam deteriorar seus patrimônios, uma vez que são de grande importância na valorização da identidade cultural da comunidade que passa de geração para geração.

Diante do seu vasto potencial para turismo histórico-cultural é de grande valia que se faça um estudo para identificar suas reais potências para o turismo em áreas naturais, uma vez que possui o maior e mais importante patrimônio natural, o rio Paramopama, que percorre a cidade e desagua no Vaza Barris. O presente trabalho teve como problema de pesquisa a seguinte questão: Como o uso turístico do Rio Paramopama pode contribuir para o fortalecimento do turismo em São Cristóvão? A pesquisa está estruturada em três partes, além da introdução, sendo a primeira parte a fundamentação teórica com os conceitos sobre turismo, natureza e cultura; patrimônio cultural, sustentabilidade e educação ambiental. Na segunda parte é apesentado a metodologia, e na terceira parte as considerações finais.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

TURISMO, NATUREZA E CULTURA

O turismo é um fenômeno mundial que se consolidou a partir do século XX, tornando se uma importante atividade para o setor econômico, uma vez que, proporciona desenvolvimento para uma determinada região como também é um importante fator de interação entre diferentes culturas, fazendo com que a diversidade cultural seja um dos principais pontos para o desenvolvimento da atividade turística de uma região. De acordo com Dias (2006, p. 14),

> O turismo é uma atividade que consegue envolver todos os aspectos da existência humana e o seu entorno natural, bem como consegue transformar em produto comercializável tanto os recursos naturais como patrimônio cultural tangível e intangível. Paisagens, mitos, lendas, musica, estórias e história, entre outros, são recursos que o turismo valoriza e que dispõe a um mercado consumidor ávido por conhecimento, por novidade e por diversidade. [...] por valorizar a produção material e intangível do ser humano como contribuição concreta para o desenvolvimento socioeconômico, o turismo torna-se um importante aliado para a permanência e para o enriquecimento da diversidade cultural do homem.

Assim, o turismo além de ser um aliado importante para o fortalecimento da diversidade cultural, também pode trazer benefícios para diferentes áreas que a atividade turística engloba. "Na realidade, o turismo é um fenômeno de várias dimensões__ política, econômica, social, cultural, educativa, ambiental entre outras__ que, quando devidamente explorados, podem trazer inúmeros benefícios tanto para os turistas quanto para os residentes de um destino turístico" (DIAS, 2006, p.11).

No entanto, se acontecer um turismo de forma desordenada isso fará com que a população local seja prejudicada. Para Dias (2006, p. 15), é preciso ter em mente que o "turismo mal concebido também pode converter-se em um vetor de destruição de identidades locais, patrimônios e territórios, em fonte de conflitos, ou em uma máquina de homogeneização global". O turismo por sua vez necessita de um planejamento a longo prazo, pois é preciso que a atividade turística seja desenvolvida de forma que a relação entre ser o humano e os patrimônios sejam eles históricos, culturais e/ou naturais se dê da melhor forma, para que os impactos negativos sejam os mínimos possíveis e não causem danos a localidade.

"O planejamento é um processo contínuo que envolve a obtenção, a organização e a sistematização das informações, por meio de procedimentos e métodos, para se chegar a decisões ou escolhas das melhores alternativas para o uso dos recursos disponíveis" (SANTOS, 2004 *apud* GIRALDELLA; NEIMAN, 2010, p. 125). Sendo assim, o planejamento torna se extremamente necessário principalmente se a atividade turística for desenvolvida em áreas naturais, pois elas precisam de uma atenção maior por serem áreas mais frágeis, que podem ser facilmente danificadas e uma vez danificadas serão mais difíceis de serem recuperadas.

> O equilíbrio das áreas naturais é fundamental para a realização do turismo; consequentemente, um adequado planejamento também é essencial para sua prática. Planejar os melhores locais, atitudes e atividades, definir como será a relação com a comunidade local, qual será sua contribuição para o crescimento pessoal de cada ecoturista, entre outras preocupações, são decisões cruciais para a realização correta do turismo sustentável (GIRALDELLA; NEIMAN, 2010, p. 126).

Logo, a atividade turística em áreas naturais requer bastante cuidado em relação ao meio ambiente, e consequentemente também precisa ser bastante cuidadosa com relação aos hábitos e costumes da localidade, pois é preciso garantir que as futuras gerações deem continuidade e valorizem a cultura local. Segundo Tylor (1871 *apud* DIAS, 2006, p. 18) cultura é "aquele todo complexo que inclui conhecimentos, crença, arte, moral, lei, costume e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro da sociedade".

Compete ao turismo se desenvolver levando em consideração as diferentes culturas existentes, uma vez que, é através da atividade turística que acontece os deslocamentos humanos, tendo como motivação conhecer costumes, hábitos e tradições uns dos outros, contribuindo assim, para o conhecimento de ambas as partes, ou seja, visitados/visitantes e proporcionando lhes experiências agradáveis, tendo em vista a importância dos patrimônios históricos, naturais e culturais atrelado ao desenvolvimento do turismo sustentável tendo como ponto de partida a sensibilização dos atores envolvidos na atividade turística através da educação ambiental. Deste modo, é possível obter um desenvolvimento turístico satisfatório para os turistas e consequentemente para os residentes.

PATRIMÔNIO CULTURAL, SUSTENTABILIDADE E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Os patrimônios existentes num destino turístico são importantes e precisam ser reconhecidos e valorizados mundialmente, só assim podem ser preservados. De acordo com Dias (2006, p. 69),

> Nos tempos modernos, a palavra patrimônio teve o seu significado ampliado e passou a identificar "bem ou conjunto de bens naturais ou culturais de importância reconhecida num determinado lugar, região, país ou mesmo para a humanidade, que passam por um processo de tombamento para que sejam protegidos e preservados".

Tendo em vista a importância dos patrimônios para o desenvolvimento da atividade turística na região que estão inseridos, é fundamental trabalhar o turismo sustentável para garantir que o meio ambiente sofra o mínimo de impactos negativos possíveis. De acordo com Teles et al (2011, p.13),

> Atualmente, com o avanço nas pesquisas ligadas ao turismo e meio ambiente, é possível pensar na atividade numa perspectiva racional, de modo a garantir equilíbrio entre o fazer turístico e o desenvolvimento ajustado aos princípios sustentáveis. Isso por que o crescimento desordenado da atividade turística no mundo e seus reflexos no meio ambiente são indicadores de ações altamente impactantes, fatos que passaram a ser chave de reflexões acerca do ordenamento de novas destinações. [...].

O turismo como toda atividade que se utiliza de recursos naturais e construídos gera impactos positivos e negativos, por isso é necessário que seja planejado e executado de forma a garantir que a sustentabilidade não seja uma ideia distante da realidade e que possa tornar-se um divisor de aguas para fazer a diferença no mau uso dos atrativos. Para Ignarra (2003, p. 167) "o conceito de desenvolvimento sustentável ganhou grande aceitação nos últimos anos. A ideia popularizou-se porque defende a manutenção do modo de vida atual para as próximas gerações, sem que se incorra nos mesmos erros cometido no passado". É preciso que as políticas públicas atrelado a um planejamento de longo prazo, façam estudos de capacidade de carga e procurem trabalhar com ações que incentive a responsabilidade socioambiental de visitantes e moradores através de projetos de sensibilização e educação ambiental que proporcione reconhecimento e valorização da identidade local.

> A conceituação da educação ambiental (EA) sofreu diversas transformações ao longo de sua história, acompanhando as mudanças ocorridas no mundo e uma melhor compreensão da relação entre sociedade e ambiente. A expressão surgiu na 1ª Conferência Mundial Sobre o Meio Ambiente Humano e Desenvolvimento (1972), em Estocolmo, na Suécia, e tornou-se um marco da inclusão de questões ambientais no planejamento e nas inter-relações entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento e do questionamento acerca da visão de natureza como um meio e não como um fim em si. [...]. (GEERDINK; NEIMAN, 2010, p. 63).

Para isso é necessário desenvolver projetos de educação ambiental com intuito de amenizar os impactos causados pelas ações humanas, mas levando em consideração que só isso não basta para que os problemas ambientais sejam resolvidos, porém serão amenizados.

Diante disso, observa se que existe uma tarefa importante a ser seguida pelos profissionais da educação, pois fazem parte de um processo de formação que busca conscientizar e sensibilizar cidadãos para que conheçam as questões ambientais e para isso atem se da educação, sua maior aliada. Assim sendo, percebe se a importância do projeto para o objeto de estudo em questão, pois, o Rio Paramopama, é um atrativo natural bastante importante para o município de São Cristóvão que tem uma de suas praças reconhecida mundialmente pela UNESCO, então é preciso trabalhar a educação ambiental para que as pessoas tenham consciência sobre seus deveres e (re) conheçam sua cultura para que possa desenvolver a atividade turística de forma sistemática, fazendo com que os moradores passem a valorizar mais a sua identidade cultural e sintam-se pertencentes da mesma.

METODOLOGIA

A pesquisa foi em caráter descritiva. Segundo Gil (2002, p. 42) "as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou

fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis". Foi uma pesquisa qualitativa, que de acordo com Prodanov (2013, p. 70),

> Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. Nesse caso, as questões são estudadas no ambiente em que elas se apresentam sem qualquer manipulação intencional do pesquisador.

Quanto a técnica de pesquisa, foi utilizada a pesquisa bibliográfica para conceituar os elementos trabalhados na pesquisa que são: Turismo, Natureza e Cultura; Patrimônio Cultural, Sustentabilidade e Educação Ambiental, podendo assim confrontá-los com a realidade. Segundo Prodanov (2013, p.54),

> Quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Também ainda como técnica será utilizada a pesquisa de campo, para analisar os dados.

Também como técnica foi utilizada a pesquisa de campo para analisar os dados. De acordo com Gil (2002, p.53),

> [...] O estudo de campo procura muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis[...]. No estudo de campo, o pesquisador realiza a maior parte do trabalho pessoalmente, pois é enfatizada importância de o pesquisador ter tido ele mesmo uma experiência direta com a situação de estudo.

Uma das técnicas utilizadas foi a observação direta. Para Brevidelli (2010, p. 63) "a observação deve ser coerente com os objetivos do estudo. Somente serão observados situações, pessoas ou comportamentos que estejam definidos nos objetivos específicos do estudo". Para o registro dos dados coletados durante a observação direta, foi utilizado o diário de campo. Triviños (1987, *apud* LIMA, T.C.S. et al,2007, p.100)

> Considera o diário de campo uma forma de complementação das informações sobre o cenário onde a pesquisa se desenvolve e onde estão envolvidos os sujeitos, a partir do registro de todas as informações que não sejam aquelas coletadas em contatos e entrevistas formais, em aplicação de questionários, formulários e na realização de grupos focais. [...]

Outra técnica de pesquisa utilizada foi a entrevista em que foi proposto um roteiro de entrevista estruturada para os atores sociais pesquisados, como a Associação dos Moradores da Ilha Grande, a Secretaria de Meio Ambiente, Agricultura e Pesca e a Fundação de Cultura e Turismo, sendo que com os dois últimos órgãos não foi possível realizar a entrevista.

> A entrevista é a obtenção de informações de um entrevistado sobre determinado assunto ou problema. [...] padronizada ou estruturada**:** é quando o entrevistador segue roteiro preestabelecido. Ocorre a partir de um formulário elaborado com antecedência. Com a padronização, podemos comparar grupos de respostas. (PRODANOV, 2013, p. 106).

E por fim teve a análise dos dados. De acordo com Prodanov (2013, p. 112), a análise e a interpretação desenvolvem-se a partir das evidências observadas, de acordo com a metodologia, com relações feitas através do referencial teórico e complementadas com o posicionamento do pesquisador[...]. Essa é a etapa da análise dos dados da pesquisa, que antecede à fase final, a de apresentação das conclusões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscando identificar o potencial turístico do Rio Paramopama para propor um projeto de intervenção, considerando suas especificidades sociais, culturais, ambientais e econômicas e turísticas e levando em consideração os objetivos e resultados esperados foi possível perceber que rio Paramopama possui potencial para atividade turística, uma vez que, segundo a representante da Associação dos Moradores da Ilha, ele "já foi utilizado para esse fim há muito tempo atrás, e que se usados de modo consciente e sustentável geraria renda extra para a comunidade". Também foi possível perceber seu potencial através da observação direta, onde foi constatado que as margens do rio onde está situado Terminal Turístico-Ecológico, conhecido como "Catamarã", são mais limpas, sem lixos visíveis, água mais límpida e vegetação mais conservada.

Diferente das margens que estão próximas à comunidade dos pescadores, na parte baixa da cidade, uma vez que há muitas residências construídas às margens do rio, causando assim um desequilíbrio no meio ambiente por não possuírem um sistema de saneamento básico, que acaba contaminando o rio com dejetos, produtos tóxicos entre outros.

As embarcações são de pequeno porte, porém são bem conservados e algumas possuem capacidades para mais pessoas. O espaço físico do catamarã precisa de reformas, visto que sua estrutura está totalmente deteriorada, oferecendo riscos para as pessoas que trafegam por lá. É um espaço amplo, conta com um restaurante bem aconchegante, decoração típica, um lugar agradável para descansar e desfrutar de um banho nas águas frias do Paramopama e contemplar o meio ambiente natural de forma sustentável.

No entanto, em meio a tantos problemas ambientais ainda é possível dizer que o Rio Paramopama possui potencial para desenvolver um projeto turístico sustentável e ainda

contribuir para o fortalecimento do turismo no município de São Cristóvão/SE, levando em consideração suas especificidades sociais, ambientais, econômicas e culturais se enquadrando no segmento de ecoturismo uma vez que, poderá atrair novos perfis de turistas, elaboração de novos roteiros e geração de emprego e renda.

Vale lembrar que para que isso aconteça é preciso planejamento de médio a longo prazo, possibilitando um estudo de capacidade de carga e investimento público/privado no que se refere a infraestrutura turística. Uma vez que, para atender os visitantes com qualidade é preciso de apoio de serviços e equipamentos, como bares, restaurantes, hotéis, hostel, pousada, agência de receptivo, locadoras de veículos, sinalização turística, acessibilidade, mão-de-obra qualificada, inserção da comunidade local, realização de eventos culturais para que as pessoas conheçam a cultura, o artesanato, a gastronomia entre outros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BREVIDELLI, M. M. TCC- Trabalho de conclusão de curso: guia prático para docentes e alunos da área da saúde. 4. ed. ver. Atual. E ampl. São Paulo: látria, 2010.

DIAS, R. **Turismo e Patrimônio Cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades- São Paulo: Saraiva, 2006.

GEERDINK, S.; NEIMAN, Z. A Educação Ambiental pelo Turismo. In: NEIMAN, Z.; RABINOVICI, A. (Orgs). **Turismo e Meio Ambiente no Brasil. –** Barueri, SP: Manole, 2010, p. 63-83.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GIRALDELLA, H.; NEIMAN, Z. Planejamento e gestão em Áreas Naturais Protegidas. In: NEIMAN, Z.; RABINOVICI, A. (Orgs). **Turismo e Meio Ambiente no Brasil. –** Barueri, SP: Manole, 2010, p. 124-148.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

LIMA, T. C. S; MIOTO, R. C. T; PRA, K. R. D. **A documentação no cotidiano da intervenção dos assistentes sociais:** algumas considerações acerca do diário de campo. Revista Textos & Contextos, Porto Alegre v.6 n.1 p.93-104. Jan/jun. 2007. Disponível em: www.revistaseletronicas.purcrs.br>ojs>viewFile Acesso em 23/09/2018.

PRODANOV, C. C. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico] métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Ernani Cesar de Freitas. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

TELES, R. M. de S. (org.). **Turismo e Meio ambiente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. (Coleção Eduardo Sanovicz de Turismo).

A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL NO TURISMO DO LARGO DA GENTE SERGIPANA – ARACAJU, SERGIPE.

Paula Vyvyanne Feitosa Lima[79]
Wagner Araújo Oliveira[80]

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo discutir a importância da educação ambiental para a conservação e manutenção do atrativo turístico Largo da Gente Sergipana – Aracaju (SE). Para isso, adotou como procedimentos metodológicos a revisão da literatura, que consistiu no levantamento bibliográfico de autores acerca da educação ambiental no turismo, documentos e leis, além disso, foi realizada uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, como método de análise foram realizadas visitas *in loco*, observação e registro fotográfico. Por tanto, foi possível perceber que o atrativo do Largo da Gente Sergipana precisa de uma atenção em relação à conservação dos seus aspectos ambientais por estar vinculado ao Rio Sergipe, e por ser um ambiente com crescente número de visitação. Sendo assim, há uma necessidade de uma maior conscientização e sensibilização ambiental dos visitantes em relação a conservação do Rio Sergipe. Por ser um atrativo público, aberto e de fácil acesso, deve existir ações e práticas de educação ambiental por parte do órgão público, bem como aceitação da comunidade e dos visitantes de modo a não ocorre mais degradação ambiental, uma vez que já ocorre uma concentração de lixo doméstico no rio, gerando impactos nocivos aquele ambiente. Levando em consideração isso, é possível afirmar que a educação ambiental assume um papel como instrumento de auxílio na conscientização da manutenção antrópica do rio. Assim, como ações de educação ambiental propõem que os gestores públicos realizem projetos de sensibilização ambiental em parceira com ONGS ambientais junto com visitantes e a comunidade local para realização de práticas e ações de educomunicação socioambiental, com distribuição de material educativo de divulgação, impresso e digital, criação de vídeos e conteúdos educativos no atrativo também disponível na internet por seus parceiros.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Ambiental. Sensibilização Ambiental. Largo da Gente Sergipana.

ABSTRACT

The present work has aimed to discuss the importance of environmental education for the conservation and maintenance of tourist attraction off the People of Sergipe-Aracaju (SE). For this, he adopted as methodological procedures the review of literature, which consisted in bibliographical survey of authors about the environmental education in tourism, laws and documents, in addition, a qualitative approach, exploratory and descriptive, as method of analysis were performed on-the-spot visit, observation and photographic record. Therefore, it was possible to notice that the attraction of the Wide us Sergipe needs a warning in relation to the conservation of their environmental aspects to be bound to the Rio Sergipe, and for being an environment with increasing number of visitation. Therefore, there is a need for greater awareness and environmental awareness of visitors about conservation of the Rio Sergipe. By being an attractive public, open and easy access, there must be actions and practices of environmental education by the public agency, as well as acceptance of the community and the visitors so as not to further environmental degradation occurs, since there is a concentration of household waste in the River, creating adverse impacts that environment. Considering this, it is possible to affirm that environmental education takes on a role as a tool to aid in the understanding of the human River maintenance. Thus, as environmental education proposes that public managers to carry out environmental awareness projects in partnership with environmental NGOs along with visitors and the local community for achievement of practices and actions of Educommunication socioambiental, with distribution of educational materials, printed and digital, creation of videos and educational content in the attractive also available on the internet by its partners.

Keywords: Environmental Education. Environmental Awareness. Larger The People of Sergipe.

[79] Graduada em licenciatura Geografia (UFS) e Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: paulavyvyanne@hotmail.com.
[80] Bacharel e Mestre em Turismo (UFRN), Especialista em Gestão Ambiental (IFRN) e Professor Substituto do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: wagnercnr@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

A importância da educação ambiental para a sociedade está na busca para a manutenção de um ambiente saudável, que depende muitas vezes da sensibilização ambiental das pessoas, dos comportamentos e conhecimentos adquiridos, modificando as ações e atitudes. A importância da educação ambiental para a sociedade estar vinculada ao processo de conservação do meio ambiente realizado pela humanidade de maneira correta sem danos ao meio ambiente e a sociedade.

É importante a conservação do meio ambiente de modo a garantir um ambiente saudável e agradável, sendo as práticas de educação ambiental de forma contínua de maneira que as futuras gerações possam ter acesso e usufrui dos recursos naturais. Portanto, para que o objetivo da conservação seja atingido é preciso mecanismos, conhecimento e ação com a participação da sociedade nas questões ambientais, tendo maior importância a sensibilização para a sociedade mais jovem, crianças e adolescentes que estão em desenvolvimento de suas atitudes em relação ao meio ambiente.

Em relação a educação ambiental no turismo, vemos ser uma ferramenta de suma importância, uma vez em que a atividade turística utiliza dos recursos naturais como matéria prima para seu desenvolvimento. Portanto, o planejamento e organização para o turismo sustentável pautado nos princípios da educação ambiental é primordial para a obtenção da conservação ambiental, corroborando com essa ideia, Dias (2008, p 157), ressalta que "os programas de educação ambiental deveriam estar incluídos em toda gestão turística, já que o turismo é uma ferramenta que, bem utilizada, ajuda a tomada de consciência dos residentes e visitantes". (DIAS, 2008, p. 157).

Sendo assim, partir dessa discussão o presente trabalho tem como objetivo central discutir a importância da educação ambiental para a conservação e manutenção do atrativo turístico Largo da Gente Sergipana – Aracaju, Sergipe.

O trabalho está dividido em quatro principais sessões, a primeira se refere à introdução do trabalho, seguida da metodologia, logo vem o tópicos apresentados os principais resultados do trabalho, e por fim as considerações finais.

METODOLOGIA

Adotou como procedimentos metodológicos a revisão da literatura, que consistiu no levantamento bibliográfico dos principais autores acerca da educação ambiental no turismo. Com o objetivo de propor ações e projetos documentos e leis sobre a educação ambiental também auxiliaram na realização do estudo, entre eles os que abordam a educação ambiental formal e não formal.

Além disso, uma breve inventariação do largo, adotando uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo para facilitar no reconhecimento do ambiente do Rio Sergipe que foi instalado o largo da gente sergipana. Como método de análise foram realizadas visitas *in loco*, registro fotográfico, observação, feito no próprio atrativo/equipamento turístico e observação virtual feita por meio do Google Maps e Google Earth para análise do ambiente anteriormente a instalação do largo, sua localização, avaliações, observações e comentários feitos na internet pelos visitantes.

LARGO DO MUSEU DA GENTE SERGIPANA E SUA RELAÇÃO COM A EDUCAÇÃO AMBIENTAL

O Largo da Gente Sergipana (IMAGEM 01) é um atrativo/equipamento turístico, projeto do instituto BANESE (Banco do Estado de Sergipe), que é mantido pelo instituto e governo do Estado de Sergipe, foi inaugurado em 17 de março de 2018, com uma licença ambiental de operação estabelecida por estar localizado no Rio Sergipe, em frente ao Museu da Gente Sergipana, o largo possui um jardim, bancos com coletores de resíduos, sem a coleta seletiva, uma passarela de contemplação do rio e monumentos das manifestações culturais sergipanas, com oito personagens da cultura sergipana e o barco de fogo da cidade de Estância no centro.

IMAGEM 01- LARGO DA GENTE SERGIPANA



Fonte: Foto Panorâmica do Largo da Gente Sergipana, Paula Vyvyanne, 2018.

Sinalizado, com faixa de pedestres, estacionamento para veículos, placas informativas, bancos de madeira, lixeiros, jardim, possui iluminação noturna, piso tátil, calçada rebaixada, explicação de cada monumento com texto informativo em fonte ampliada nos idiomas português, inglês, braile e QR *code* de cada elemento cultural. O Largo da gente tem fiscalização da Polícia em alguns dias da semana ou quando solicitado, possui sinalização indicando a disponibilidade de estacionamento no museu da gente sergipana das 8h às 22h, com o intuito de reduzir o aumento da capacidade de carga de veículos no acostamento, e em horários de fluxo intenso como medida para prevenção de acidentes de trânsitos na avenida.

O Rio Sergipe com todo o conjunto de monumentos das manifestações culturais do Estado no largo da gente sergipana, apresenta que "A questão ecológica na área turística envolve a preservação conjunta do patrimônio natural, composto pelo meio físico e biológico e do patrimônio cultural, representado pelos monumentos, festas religiosas, tradições, folclore etc". (LAGE, 2000, p. 81), o que atrai o visitante em ter dois conjuntos de segmentos no mesmo destino, o natural e o cultural.

Todos os elementos presentes no equipamento agregam valores para o ambiente em seus conhecimentos na educação ambiental, seja ela formal ou não formal, e responsabilidade socioambiental, com o rio, o descarte correto dos resíduos, os pescadores, as embarcações, grupos e manifestações artísticas que se apresentam no largo, entre outros que podem surgir. É importante na educação ambiental:

> Construir um conhecimento dialógico, ouvir os diferentes saberes, tanto os científicos quanto os outros saberes sociais (locais, tradicionais, das gerações, artísticos, poéticos, etc.); diagnosticar as situações presentes, mas não perder a dimensão da historicidade, ou seja, dar valor a história e à memória que se inscreve no ambiente e o constitui, simultaneamente, como paisagem natural e cultural". (CARVALHO, 2012, p.130).

Para o largo da Gente Sergipana a educação ambiental tem uma importância no incentivo da sensibilização ambiental, não somente por meio de documentos de políticas de educação ambiental e leituras presentes na educação formal, como a Carta da Terra, Agenda 21, Carta de Belgrado, Política Nacional do Meio Ambiente, Livro Azul, ProNEA, mas uma educação ambiental vivenciada no atrativo/equipamento, por um público de todas as idades, seja por meio de uma visita coletiva ou individual, onde é possível sentir o ambiente, para uma educação ambiental focada na sensibilização ambiental consciente e responsável com os valores naturais e humanos, levando em consideração que:

> É preciso incentivar a sensibilização ambiental, focada no exercício da cidadania e na reformulação de valores éticos e morais, individuais e coletivos, direcionada para o desenvolvimento sustentável. Dessa maneira, os espaços para diálogos entre os indivíduos da sociedade se ampliam, propiciando mudanças significativas de percepção sobre o comportamento socioambiental. (SILVA, 2017, p. 46).

O incentivo aos comportamentos com respeito ao meio ambiente no largo da gente pode ser observado nas placas de sinalização e orientação (IMAGENS 02 E 03), que são necessárias não somente para informar, mas buscam influenciar atitudes e o comportamento socioambiental adequados, importantes na educação ambiental e sensibilização ambiental, contribuindo com atitudes corretas principalmente dos mais jovens e pessoas desorientadas para as questões ambientais.

IMAGENS 02 E 03 – SINALIZAÇÃO AMBIENTAL EDUCATIVA



Fonte: Sinalização, Largo da Gente Sergipana, Paula Vyvyanne, 2018.

Trazendo a importância da educação ambiental ao local de estudo, a utilização de alguns objetivos para a prática destas ações pode ser necessária tanto na educação ambiental formal, sistema de ensino, e na educação ambiental não formal, que são "Ações e práticas educativas voltadas à sensibilização da coletividade sobre as questões ambientais e à sua organização e participação na defesa da qualidade do meio ambiente". (Política Nacional de Educação Ambiental, 1999). Mostrando o exercício da cidadania e desenvolvimento sustentável, por meio de ações e práticas, onde todos devem contribuir para alcançar uma educação ambiental ética e justa. Para a realização das ações e práticas de educação ambiental para a sensibilização

ambiental no Largo da Gente, podem ser trabalhados alguns objetivos, "na carta de Belgrado foram definidos seis objetivos indicativos da educação ambiental. Eles são os seguintes: 1. Conscientização; 2. Conhecimento; 3. Comportamento; 4. Competência; 5. Capacidade de Avaliação; 6. Participação" (REIGOTA, 2006, p. 31).

Todos os objetivos propostos podem estar presentes nas ações de educação ambiental vinculados ao rio Sergipe e aos resíduos sólidos, principais temas de educação ambiental deste artigo. Para alcançar os objetivos indicativos propõem que os gestores públicos e privados realizem projetos de sensibilização ambiental em parceira com ONGS ambientais, grupos escolares e visitantes, junto com a comunidade local para realização de práticas e ações de Educomunicação socioambiental, com distribuição de material educativo de divulgação, impresso e digital, criação de vídeos e conteúdos educativos e oficinas sustentáveis no atrativo/equipamento ou para o atrativo/equipamento.

Sendo assim, propõem-se algumas ações de educação ambiental para o atrativo, com base nas leituras e documentos oficiais sobre a educação ambiental:

COLETA SELETIVA

É uma ação responsável pela separação dos resíduos sólidos de papel, plástico, vidro, metal, não reciclável, entre outros para facilitar o processo de reciclagem, tornando os coletores mais visíveis e com um colorido padronizado com cores universais para cada tipo específico de resíduos sólidos.

RECICLAGEM

Utilização dos resíduos da coleta seletiva, para obtenção de redução de novos materiais com resíduos que podem ser reaproveitados. Na reciclagem a redução do lixo é o principal objetivo, fazendo o resíduo que seria inutilizado ser aproveitado e transformado em novo objeto.

PARCERIAS (Individuais e coletivas, Instituto Banese, ONGs, Escolas, grupos de turistas, mídias e outros)

Importantes no incentivo da participação individual e coletiva na sensibilização ambiental. Pessoas que geralmente não fazem a visita ao largo em grupo às vezes precisam de auxilio, instruções e informações para a sensibilização ambiental, tornando a educação ambiental um instrumento de fundamental importância. Grupos geralmente recebem instruções de guias ou professores, os educadores do museu quando solicitados para explicação do largo

também podem contribuir para a manutenção da qualidade ambiental do largo caso percebam esta necessidade. Vendedores ambulantes que comercializam no Largo podem ser facilitadores no processo de sensibilização ambiental por meio de instruções para descarte correto do resíduo que não serão utilizados posteriormente no local adequado. Promover a participação auxilia a diminuir impactos.

***EDUCOMUNICAÇÃO* (Mídia em Geral)**

Informações para a sensibilização ambiental, presencial ou à distância, com exposição de desenhos, fotografias, cartazes, eventos, vídeos e mídia em geral que podem facilitar na aprendizagem da educação ambiental, e sua importância para um ambiente equilibrado. A sinalização funciona como um processo de educomunicação. O Google Maps e Google Earth podem contribuir como um dos meios de comunicação, além de redes sociais utilizadas como canais de distribuição pelos parceiros para divulgação. "Os meios de comunicação, por meio de debates, filmes, artigos enfocando os problemas ambientais, contribuem para a conscientização da população". Reigota, (2006, p. 24). Tudo isso possibilita um melhor entendimento nas questões ambientais atuais e que podem estar presentes no ambiente do Rio Sergipe.

***MATERIAL EDUCATIVO IMPRESSO E DIGITAL* (Mídia e Qr *Code*)**

Além de panfletos que podem ser utilizados com moderação, a sinalização das placas de orientações já serve como material educativo impresso na visitação do largo.

O digital, podem estar presentes em vídeos de educomunicação, fotografias, informações digitais como acontece nos QR *code* dos elementos das manifestações culturais, redes sociais, entre outros.

***OFICINAS SUSTENTÁVEIS* (Projetos, Métodos, Técnicas)**

As oficinas sustentáveis podem acontecer com projetos realizados em parcerias, ou com grupos independentes que desejem utilizar o ambiente do largo para tais atividades, facilitando na interação da sensibilização para a educação ambiental. Os métodos e técnicas podem ser analisados com observações no atrativo para assim serem tomadas as decisões que forem mais apropriadas no momento.

Todo material da coleta seletiva, como garrafas pets, palitos de picolés, copinhos de sorvetes e colherinhas, canudos, entre outros materiais selecionados, podem ser utilizados nas ações ambientais propostas, para a criação de uma horta orgânica, produção de mudas e oficinas

sustentáveis em parceria com o Instituto Banese. Podem ser feito jogos, brincadeiras, músicas, teatros, contação de histórias, leituras, sobre a temática do meio ambiente e da sustentabilidade para a sensibilização ambiental. Porém, nem todas as ações podem ser realizadas com os turistas pelo curto período de tempo que permanecem no atrativo, mas podem ser registradas em vídeos e fotografias e apresentadas pelas parcerias nas redes sociais, sites e internet em geral para que sejam vistas em qualquer lugar e a qualquer momento como incentivo a educação ambiental por meio da educomunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo que as pessoas sejam conscientes de suas atitudes e responsável pelos seus atos, existem instrumentos que facilitam na obtenção de objetivos para alcançar resultados mais eficientes e sem riscos de prejuízos futuros para o meio ambiente.

O exercício da cidadania e o desenvolvimento sustentável são importantes para a educação ambiental ética e justa, propondo mudanças de comportamentos naqueles que ainda não tem a sensibilização para as questões ambientais ou que estão começando a adquirir suas atitudes conscientes. Todos devem contribuir para que mais pessoas reconheçam a importância de proteger o meio ambiente.

Com estas ações ambientais mais concretas é possível estabelecer uma sensibilização ambiental no largo da Gente Sergipana, como importante meio de cuidado com o ambiente e descarte dos resíduos corretamente, incentivando a educomunicação e atitudes que podem contribuir para as pessoas valorizarem mais o ambiente visitado em relação ao meio ambiente. A sensibilização na educação ambiental e os resultados alcançam os objetivos indicativos propostos na carta de Belgrado, que são importantes para uma educação ambiental de proteção ao meio ambiente com inovações de reorientação ambiental.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Isabel Cristina Moura. **Educação Ambiental:** a formação do sujeito ecológico. 6. Ed. São Paulo, SP: Cortez, 2012.

DIAS, Genebaldo Freire. **Educação Ambiental: princípios e práticas.** 9.ed. São Paulo: Gaia, 2004.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente.** São Paulo: Atlas, 2008.

LAGE, Beatriz Helena Gelas, MILONE, Paulo Cesar. **Turismo:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

MMA e MEC. **Programa Nacional de Educação Ambiental.** Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2014.

REIGOTA, Marcos. **O que é educação ambiental.** São Paulo: Brasiliense, 2006 (Coleção primeiros passos; 292).

SILVA, Edevaldo da. (org.) **Temas em ecologia e educação ambiental** [recurso eletrônico] – Rio de Janeiro: Gramma, 2017.



III SEMINÁRIO NACIONAL
TURISMO
UFS
Turismo e
Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

O "MONA" ENQUANTO FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL DE CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO/SE: VIABILIDADE POSSÍVEL?

Janaina de Melo[81]
Cristiane Alcântara de Jesus Santos[82]

RESUMO

Nos últimos anos, a atividade turística tem apresentado um crescimento expressivo, tendo em vista que muitos cidadãos tem buscado desenvolver atividades em áreas naturais, motivados pela necessidade de ter contato com a natureza e suas belezas singulares. Neste contexto, a região do MONA São Francisco apresenta um grande potencial, pela riqueza do bioma caatinga e a diversidade cultural existente na UC. Assim sendo, esta pesquisa tem como objetivo propor a mudança de desempenho do setor de turismo em função do Monumento Natural do São Francisco, no município de Canindé de São Francisco, visando o fortalecimento da economia, além de promover a geração de emprego e renda para a comunidade local. Para atingir esse objetivo foram desenvolvidos alguns procedimentos metodológicos, a saber: pesquisas bibliográficas, pesquisa de campo, visita técnica e monitoramento da situação atual do MONA, por meio de registros fotográficos. Ademais, para a elaboração do diagnóstico dos atrativos naturais existentes na área de extensão do MONA foi realizada a técnica de entrevista com o secretário de turismo do município de Canindé de São Francisco. Com isso, entendemos que o turismo responsável no MONA poderá se converter em fator de desenvolvimento, além de promover a conscientização ecológica e ambiental através da Educação Ambiental.

Palavras-Chaves: Monumento. Desenvolvimento Turístico. Turismo.

ABSTRACT

In recent years, tourism has shown a significant growth, given that many citizens have sought to develop activities in natural areas, motivated by the need to have contact with nature and its unique beauty. In this context, the MONA São Francisco region has great potential, due to the richness of the *caatinga* biome and the cultural diversity existing in the UC. Therefore, this research aims to propose the change of performance of the tourism sector due to the São Francisco Natural Monument, in the municipality of Canindé de São Francisco, aiming at strengthening the economy, besides promoting the generation of jobs and income for the local community. To achieve this objective, some methodological procedures were developed, namely: bibliographic research, field research, technical visit and monitoring of the current situation of MONA, through photographic records. In addition, for the diagnosis of the natural attractions existing in the area of extension of the MONA, the interview technique was carried out with the secretary of tourism of the municipality of Canindé de São Francisco. With this, we understand that responsible tourism in MONA can become a development factor, as well as promoting ecological and environmental awareness through Environmental Education.
Keywords: Monument. tourism development. Tourism.

[81] Especialista em Gestão de Empreendimentos Turísticos, Universidade Federal de Sergipe. E-mail: janaina.tur1@hotmail.com
[82] Geógrafa. Mestre em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Doutora em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental, Universitat de Barcelona, Espanha. Professora do Curso de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: cristie09@uol.com.br

INTRODUÇÃO

A escolha do tema para desenvolver a pesquisa voltado para o "MONA" enquanto viabilidade possível e fator de desenvolvimento local de Canindé de São Francisco partiu da necessidade muito preocupante que desde o dia 17 de setembro de 2008, foi lançada à proposta de criação da Unidade de Conservação na região e socializaram a proposta de Georeferenciamento e a caracterização socioambiental dos povos e comunidades tradicionais. Os trabalhos foram desenvolvidos buscando identificar, sistematizar e apresentar subsídios para qualificar o processo em curso para a criação de uma unidade de conservação.

No momento atual, o "Monumento Natural do São Francisco" está sendo avaliado para uma melhor compreensão das relações socioambientais quanto a natureza da UC (Unidade de Conservação) e, sobretudo, a respeito dos seus usos. De fato, há uma preocupação de não tornar esse processo ditatorial e precipitado, posto que nesta área e em seu entorno, vivem secularmente, comunidades indígenas, quilombolas, pescadores artesanais e pequenos posseiros, cuja sobrevivência material, social, cultural e espiritual está ligado íntima e indivisivelmente a esse trecho fluvial. Sendo assim, estes atores estão dispostos a resistir até as últimas consequências, a serem reassentados, longe de suas querências. Assim sendo, desenvolveram-se os esforços para fazer a caracterização socioambiental das comunidades que nela vivem e desenvolvem suas diversas atividades produtivas.

Portanto, esta pesquisa, tem como objetivo propor a mudança de desempenho do setor de turismo em função do Monumento Natural do São Francisco, no município de Canindé de São Francisco. Desta forma, foi elaborado um diagnóstico dos atrativos naturais existentes na área de extensão do MONA. Para obter esses dados foi realizada uma entrevista com Genilson Ramos Aragão, secretário de turismo do município. Os demais procedimentos utilizados foram por meio de pesquisas bibliográficas, pesquisa de campo, através de 162 questionários aplicados aos turistas – usuários da empresa MFTUR Empreendimentos turísticos -, visita técnica e monitoramento da situação atual do MONA, por meio de registros fotográficos.

UNIDADE DE CONSERVAÇÃO

O Monumento Natural do Rio São Francisco foi criado através do Decreto emitido pela Presidência da República em 5 de junho de 2009, com uma área de aproximadamente 26.715,09 ha. Sua administração é de responsabilidade do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade- ICMBIO.

O “MONA” inclui três estados: Bahia, Alagoas e Sergipe, abrangendo cinco municípios que são: Paulo Afonso – BA, Delmiro Gouveia, Olho d’Água do Casado e Piranhas-AL e Canindé de São Francisco –SE (FIGURA 1).

FIGURA 1

LOCALIZAÇÃO DO MONUMENTO NATURAL DO RIO SÃO FRANCISCO



Fonte: ICMBIO, 2018

O Sistema Nacional de Unidade de Conservação- SNUC (Lei 9.985/2000) estabelece como um dos objetivos das Unidades de Conservação “favorecer condições e promover a educação e interpretação ambiental, a recreação em contato com a natureza e o turismo ecológico”.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010, p. 52), “por concentrar uma grande diversidade de recursos, as áreas protegidas representam um grande atrativo para os ecoturistas, o que os torna altamente favorável para a atividade”. Por isso, a importância da criação de uma consciência ecológica, através de atividades relacionadas a educação ambiental, que é indispensável na visita às Unidades de Conservação, porque ajuda a cumprir as suas funções e também constitui um ciclo que sustenta, ou seja, o visitante recebe educação ambiental para criar consciência ecológica dentre outras coisas preservar a própria área que está visitando.

De acordo com Alves e Santos (2016, p. 108) “a Educação Ambiental poderá se tornar uma grande aliada no processo de formação da consciência humana acerca da preservação do patrimônio natural não somente como um bem natural, mas, sobretudo, como um patrimônio da sociedade”.

Assim sendo, para o desenvolvimento do turismo na região do Monumento Natural do Rio São Francisco, é de fundamental importância manter a área preservada, uma vez que são inúmeras as pessoas que visitam a região. Sabe-se que atualmente tem aumentado consideravelmente a demanda de turistas para conhecer o cânion do Rio São Francisco. Conforme foi identificada através da pesquisa de campo, os turistas vêm de distintas regiões do Brasil e também de outros países. Esse número de pessoas cada vez maior acaba acarretando uma problemática voltada para o excesso de visitantes para essa região e juntamente com essa situação acabam surgindo demais problemas, como por exemplo, a questão da falta de infraestrutura turística para melhor acomodar os visitantes.

A partir daí, começam então a acontecer às modificações no meio ambiente para que se possa ter uma estrutura adequada e alguns dos atrativos naturais acabam sofrendo impacto ambiental por conta de instalações que, por sua vez, acabam modificando o espaço. Nesse caso, deve haver por meio dos órgãos responsáveis um controle mais rígido orientando as pessoas envolvidas nos projetos turísticos e moradores locais.

CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO

Canindé de São Francisco é um município que está localizado no extremo noroeste do estado de Sergipe com distância de 213 km da capital Aracaju, e conforme o PDITS (2012) serve de portal para entrada dos turistas aos Cânions do São Francisco.

O município conta com uma população de 29.372 habitantes (IBGE, 2017), com extensão de 902, 251km, faz divisa com os estados de Alagoas e Bahia. Está inserido no Projeto de Dinamização do Baixo São Francisco – Caminhos do São Francisco[83] - um projeto que contempla 24 municípios ribeirinhos sendo 12 do estado de Alagoas e 12 do estado de Sergipe, todos banhados pelo Rio São Francisco, ricos em artesanato e cultura. Além disso, o município faz parte do Polo Velho que de acordo com o PDITS (2012, p. 1) este polo “incorpora 17 municípios que estão inseridos na bacia hidrográfica do rio São Francisco”. O município está entre os

[83] Caminhos do São Francisco, este projeto foi realizado no âmbito do programa de dinamização do turismo no Baixo São Francisco, seu objetivo é oferecer condições para a promoção do desenvolvimento turístico no Baixo São Francisco de maneira sustentável.

principais destinos turísticos do estado de Sergipe, o que possibilita a criação de novos produtos diferenciados para estimular a permanência do turista na cidade/região.

Conforme já abordado anteriormente, o município de Canindé de São Francisco também faz parte do Monumento Natural do Rio São Francisco. Além disso, é no município que está localizado um dos principais atrativos do estado de Sergipe, o Canyon do São Francisco, o que possibilita um maior destaque na região do baixo São Francisco. Segundo PDITS (2012, p. 6):

> Além dos cânions, existem atrativos potencialmente exploráveis como complementares para garantir a permanência e o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo. Entre eles, as figuras míticas de Lampião e Maria Bonita, que enriquecem o ambiente de tradições, histórias e surpresas.

É importante ressaltar que o Brasil apresentava 324 Unidades de Conservação até o ano de 2017. De acordo com o ICMBIO a Unidade de Conservação do Monumento Natural do Rio São Francisco está em 7º lugar entre as Unidades de Conservação mais visitada em 2017, recebendo 318.140 visitantes em 2017 (FIGURA 2).

FIGURA 2
BRASIL
UNIDADES DE CONSERVAÇÃO MAIS VISITADAS



Fonte: Disponível em: http://www.icmbio.gov.br, acesso em 24/08/2018.

Desse número, aproximadamente 68% vieram pelo estado de Sergipe (ICMBIO, 2018). Ainda de acordo com o Instituto, o ano de 2018 aponta para uma queda no número de visitantes em relação a 2017.

O MONA do São Francisco trata-se de uma Unidade de Conservação que engloba um bioma diversificado, o que comprova que a região oferece enorme potencial para o turismo náutico, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural. Ademais, é importante ressaltar que, o turismo de experiência vem crescendo na região. Neste segmento há uma interação com o meio, valorizando assim as culturas locais e agregando valor ao potencial existente, gerando renda e oportunidade as comunidades locais, oportunizando a contratação da mão de obra local.

A região em estudo que está na área de abrangência da UC (unidade de conservação) Monumento Natural do rio São Francisco, o que possibilita a atividade de eco turismo como uma atividade que desperta o interesse em preservar as áreas naturais e fortalecer as diversidades culturais.

ATRATIVOS E RECURSOS TURÍSTICOS DO MONA

Cânion do São Francisco

Antes da construção da usina hidrelétrica de Xingó, o Cânion era conhecido pelos nativos como riacho do talhado. Um riacho temporário que atingia 1,5 metro de profundidade com paredões que chegavam até 90 metros de altura. Em períodos de chuva, que só ocorria uma vez ao ano, no meio do riacho formava-se poços que atingiam até 20 metros de profundidade. Esse era o período de fartura para os ribeirinhos, pois tinham caça e pesca em abundância.

Após a construção da Usina Hidrelétrica de Xingó, por volta de 1994, com a inundação formando assim o lago de Xingó, esta construção trouxe avanço gerando desenvolvimento na região, mas para os nativos foi momento de tristeza, pois a maioria dependia da caça e da pesca para sobreviver. Devido ao enchimento do lago, a pesca foi prejudicada, pois a vegetação atrapalhava a passagem das canoas e as redes dos pescadores, assim como a caça, uma vez que a maioria dos animais fugiu para próximo da cidade[84].

Atualmente, o principal atrativo do Monumento Natural do Rio São Francisco é o Cânion, sendo destaque na região, por sua exuberância, presente no leito do rio, nas rochas que chegam a mais de 50 metros de altura, com profundidades que variam chegando a até 220 metros em alguns pontos.

[84] Informação extraída do depoimento concedido em entrevista realizada com uma ribeirinha no dia 18 de setembro de 2018.

Fazenda Mundo Novo

Localizada no alto sertão sergipano, nesta propriedade o turista pode realizar trilhas ecológicas que tem percurso de 7 km, saindo da sede da fazenda, até o Rio São Francisco. De acordo com o PDITS (2012, p. 19):

> A Fazenda Mundo Novo é uma área particular preservada, onde está sendo estruturado um parque temático da Caatinga, recém-incorporada ao roteiro turístico das belezas da região. O parque conta com sete trilhas diferentes: dos veados, arqueologia, cangaço, caatinga, craibeiras, alto do céu e navegar é preciso. Como os nomes indicam, uma delas leva à história do cangaço, visitando um dos refúgios prediletos de Virgulino Ferreira — o Lampião. Outra passa por sítios arqueológicos com pinturas rupestres, catalogadas pelo museu arqueológico de Xingó. As outras permitem o conhecimento e contato próximo com a vegetação típica da caatinga ou o banho nas águas refrescantes do rio São Francisco. As caminhadas duram, em média, quatro horas e há oferta de acompanhamento de guia de turismo especializado em trilhas.

A fazenda é uma propriedade particular com 603 hectares, onde é possível encontrar sete trilhas ecológicas (Trilha de Arqueologia, Trilha Cordilheira do Sol, Trilha do Cangaço, Trilha Alto do Céu, Trilha dos Veados, Trilha das Craibeiras e Trilha do Sossego), as quais representam opções de atividades recreativas, possibilitando assim um contato maior entre o homem e a natureza. Observa-se na fazenda vestígios de elementos naturais e culturais, a vegetação da caatinga, vestígios arqueológicos, além do valor histórico, pois serviu de esconderijo para o bando de lampião.

Vale dos Mestres

O riacho dos portões, assim como é conhecido pelos nativos, é um santuário ecológico, que está localizado no povoado Caiçara, próximo ao povoado Curituba, no município de Canindé de São Francisco. É um afluente do Rio São Francisco e está inserido no Monumento Natural do São Francisco. Com a construção da Usina Hidrelética de Xingó, vieram alguns estudiosos e fizeram um salvamento arqueológico, pois o local abriga três sítios arqueológicos. Além das trilhas ecológicas realizadas nos sítios arqueológicos, o vale proporciona aos visitantes um banho nas piscinas naturais.

Orla Salomão Porfírio de Britto

Este atrativo se encontra dentro da Zona de Amortecimento do Monumento Natural do Rio São Francisco. Foi recentemente reinaugurada para melhorar a infraestrutura turística e garantir um melhor atendimento à população local e regional, pois dispõe de serviços de alimentos, bebidas e lazer.

Após a explanação sobre alguns atrativos inseridos na área em estudo, é importante ressaltar que todo uso público gera impactos, sejam eles positivos ou negativos, em áreas protegidas. Portanto, faz-se necessário que toda atividade desenvolvida no setor turístico seja planejada, por meio de práticas sustentáveis, que garanta a preservação e o equilíbrio das áreas naturais do Monumento Natural do Rio São Francisco.

Assim sendo, destacamos a relevância da elaboração do plano de manejo, uma vez que visa garantir e normatizar as atividade existentes no MONA. Este plano estabelece o zoneamento e as normas que devem presidir o uso de áreas e o manejo dos recursos naturais nos diversos fins como: turismo, recreação, proteção, pesquisa cientifica, dentre outros. Para tanto, faz-se necessário um monitoramento contínuo, por meios dos órgãos públicos e a contribuição da comunidade local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo-se do que foi exposto, é necessário que os órgãos públicos e privados se articulem de maneira a desenvolver projetos que beneficiassem também as comunidades locais, fazendo com que o acesso dessas pessoas aos atrativos turísticos torne-se viável, levando também maior conhecimento dessa comunidade sobre o patrimônio existente, cabendo assim, a cada um, ajudar a preservar, despertando nesses indivíduos um sentimento de pertencimento e, portanto, o dever de cuidar também pra preservar.

Em todo esse processo é necessário também uma tomada de consciência associada às medidas cabíveis aos órgãos ambientais, como por exemplo, fiscalização severa para garantir que será cumprida as regras exigidas pelas leis que garantem o bom funcionamento e a ordem necessária para que todo esse processo de evolução venha a fluir sem agredir a natureza e o meio ambiente. Com isso, permitirá o progresso sem que seja necessário destruir o patrimônio natural.

Por fim, a partir dos resultados obtidos, observa-se a necessidade de maior divulgação na comunidade sobre o MONA, com palestras, visitas guiadas e a inserção de educação ambiental nas escolas, a fim de conscientizar e fortalecer o conhecimento. Ademais, torna-se importante que os empreendimentos turísticos informem aos visitantes que o estabelecimento encontra-se localizado na área do MONA com o intuito de divulgar a área, porém fortalecendo a identidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Laura Almeida de Calasans; SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. **REVISEA – Revista Sergipana de Educação Ambiental.** São Cristivão/SE, V.1, Nº 3, p. 104-106, 2016.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Portaria nº 9 de 23 de janeiro de 2007.

BRASIL. Decreto de 5 de junho de 2009. Disposto no artigo 12 da lei n 9.985 de 18 de junho de 2000.

BRASIL. Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007.

Brasil. Ministério do Turismo. **Ecoturismo:** orientações básicas**.** Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo- **Plano Nacional de Turismo 2007/2010** disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf, acesso dia 09/03/2018.

CAMINHOS DO SÃO FRANCISCO. **Plano de Desenvolvimento e Segmentação do Turismo no Baixo São Francisco**. Disponível em: http://raizesds.com.br/pt/projeto/plano-de-desenvolvimento-e-segmentacao-do-turismo-no-baixo-sao-francisco/<acesso em 05/09/18>

DECRETO DE 5 DE JUNHO DE 2009- Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Dnn/Dnn12057.htm, acesso dia 09/03/2018.

IBGE. CENSO DEMOGRÁFICO 2010. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/caninde-de-sao-francisco/historico<acesso em 09/09/2018>

RELATÓRIO TÉCNICO – Georeferenciamento e Análise Socioambiental da área de Xingó.

SERGIPE. **Plano de Desenvolvimento Integrado do turismo Sustentável**: PDITS. Polo Velho Chico. Volume II. TECHNUM: 2012.

Sistema Nacional de Unidades de Conservação-SNUC (Lei 9.985/2000) e Ministério de Meio Ambiente disponível em:http://www.mma.gov.br/areas-protegidas/sistema-nacional-de-ucs-snuc, acesso dia 09/03/2018.

Unidades de Conservação- Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade- ICMBIO e Ministério do Meio Ambiente disponível em: http://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/biomas-brasileiros, acesso dia 09/03/2018.

GT 04

MICROECONOMIA, ANÁLISE REGIONAL E POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO

Coordenação:

Prof. Drando. Joab Almeida Silva – Departamento de Turismo/UFS

Dranda. Priscila Pereira Santos - PPGEO/UFS



CAT SILVIA DE OLIVEIRA - CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA DE CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO (SE)

Carlos Moisés de Lima Santos[85]
Rosana Eduardo da Silva Leal[86]

RESUMO

Canindé de São Francisco (SE) é o segundo destino indutor do turismo no estado de Sergipe. No município, o crescimento da atividade turística é perceptível por meio do quantitativo de empreendimentos turísticos criados na última década, bem como pelo crescente fluxo turístico de visitantes ao município e no atrativo Cânions de Xingó. Preocupado em contribuir para um melhor planejamento da atividade turística que vise ofertar um serviço de qualidade, o presente trabalho constitui um projeto turístico que tem como objetivo propor a criação do CAT Silvia de Oliveira - Centro de Atendimento ao Turista de Canindé de São Francisco (SE), com um intuito de ofertar aos turistas um espaço de referência e de acesso as informações turísticas do referido município e região de forma integrada. Em termos metodológicos, este trabalho empreende uma pesquisa de cunho qualitativo, com o uso de pesquisa bibliográfica, documental, de campo e observação direta, com a utilização de registros fotográficos dos espaços visitados, que possuem potenciais para criação do centro de atendimento ao turista em Canindé de São Francisco (SE). O projeto propõe a implantação do CAT como anexo ao prédio que funciona o Centro de Comercialização de Produtos Artesanais Casa da Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes, apresentando a estruturação física, mobiliária e funcional do CAT.

Palavras-Chaves: Centro de Atendimento ao Turista. Informação Turística. Canindé de São Francisco.

ABSTRACT

Canindé de São Francisco (SE) is the second tourism induction destination in the state of Sergipe. In the municipality, the growth of tourist activity is perceptible through the amount of tourist enterprises created in the last decade, as well as the growing tourist flow of visitors to the municipality and the attractive Cânions de Xingó. Concerned to contribute to a better planning of the tourist activity that aims to offer a quality service, the present work constitutes a tourism project whose objective is to propose the creation of the CAT Silvia de Oliveira - Tourist Service Center of Canindé de São Francisco (SE), with the aim of offering tourists a space of reference and access to tourist information of said municipality and region in an integrated way. In methodological terms, this work undertakes a qualitative research, with the use of bibliographic, documentary, field and direct observation research, with the use of photographic records of the spaces visited, which have potential to create a tourist assistance center in Canindé de São Francisco (SE). The project proposes the implementation of CAT as an annex to the building that operates the Center for the Marketing of Handicrafts House of Culture and Art Dona Givalda Fernandes, presenting the physical, functional and functional structure of CAT.

Keywords: Tourist Service Center. Tourist Information. Canindé de São Francisco.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018

[85] Pós-graduando do curso Lato Sensu Planejamento do Turismo no Polo Costa dos Coqueirais da Universidade Federal de Sergipe. Discente, carlossantostur@gmail.com
[86] Prof.ª Dr.ª do curso de Pós-graduação Lato Sensu Planejamento do Turismo no Polo Costa dos Coqueirais da Universidade Federal de Sergipe. Orientadora, rosanaeduardoleal@gmail.com

INTRODUÇÂO

O Turismo é um fenômeno socioeconômico que comunica-se com diversos segmentos e engloba em sua cadeia produtiva inúmeras atividades de forma direta e indireta, tendo como principais componentes os Meios de Hospedagens, Restaurantes e Similares, Meios de Transportes, Agências e Operadoras Turísticas, Atrativos Naturais e Culturais, Profissionais (Guias de Turismo e Turismólogos), Gestão Pública e Comunidade Local. Esses elementos ao produzir suas atividades de forma sistematizada, concretizam a experiência turística para o turista. De acordo com Santos (2015, p.13) "o Turismo é um fenômeno social, que movimenta milhões de pessoas todos os anos, tornando-se mais uma forma de movimentar a economia, propagar ideais e ações afirmativas, bem como estreitar o laço entre as nações".

O desenvolvimento da atividade turística requer uma complexidade de interações e investimentos na criação e adequação da infraestrutura turística, qualificação e capacitação dos profissionais prestadores de serviços turísticos e de apoio, assim como a criação de um plano de desenvolvimento turístico para nortear, controlar e monitorar a execução desta prática. Entretanto Dias (2003, p. 36) afirma que

> [...] Não há planejamento perfeito; ao contrário, todo produto de planejamento deve ser revisto periodicamente, pois a realidade está mudando permanentemente, e devem ser consideradas novas variáveis, novas situações, novos arranjos, e assim por diante.

Ou seja, para que a atividade turística promova o desenvolvimento local é importante a realização do planejamento. Segundo Braga (2007, p. 1-2) "é um processo contínuo e renovável, ele ocorre no período presente, resultante de um aprofundado estudo da realidade, com o intuito de ordenar ações que acontecerão em um momento futuro".

Portanto, o fenômeno turístico deve ser analisado com maior aprofundamento, uma vez que, não há como desenvolver a atividade turística de forma isolada, sem perceber os impactos causados na sociedade. Desenvolver o turismo humanizado é propor uma quebra de paradigma para o modelo de turismo praticado por muitos, que visam somente o fator econômico ou o aspecto ambiental. Para Krippendorf (2012, p. 150) desenvolver o turismo humanizado consiste em promover

> [...] formas de turismo que tragam maior satisfação possível a todos os interessados – população local, turistas e empresas do turismo -, mas que não estejam ligadas a inconveniências inaceitáveis sobretudo nos campos ecológicos e social.

Ou seja, cada ator que participa da cadeia produtiva do turismo deve assumir seu papel

com responsabilidade e entender o processo de forma holística.

O município de Canindé de São Francisco (SE), é o segundo maior destino turístico visitado por turistas no estado de Sergipe. De acordo com a MFTur de janeiro a julho de 2018 recebeu 51.363[87] turistas no Cânion de Xingó. A maior concentração da demanda turística, são oriundos de turistas hospedados em Aracaju, capital de Sergipe e Maceió, capital de Alagoas. No entanto, o município fica refém do chamado "Turismo de Bate Volta"[88], devido à falta de planejamento turístico, incipiente de diversificação de roteiros elaborados e comercializado, pouca promoção e divulgação da diversidade da oferta turística existente na região, ocasionando um curto tempo de permanência dos turistas no município.

Diante do exposto sobre a visibilidade do atrativo Cânions de Xingó e do fluxo de turistas que visitam Canindé de São Francisco (SE), Este artigo tem como objetivo geral "Propor um projeto de Criação de um Centro de Atendimento ao Turista - CAT", integrado ao espaço da Casa da Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes, com o intuito de promover o desenvolvimento do turismo em Canindé de São Francisco (SE) por meio da divulgação e promoção turística e do fortalecimento da atratividade da Casa da Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes.

Desta forma, para atingir esse objetivo geral foram criados alguns objetivos específicos: Identificar espaços com potenciais para construção de Centros de Atendimento ao turista no município de Canindé de São Francisco (SE); Propor a estruturação do Centro de Atendimento ao Turista de Canindé de São Francisco (SE); Descrever sobre ferramentas para promoção do CAT em Canindé de São Francisco (SE); Apresentar propostas de funcionamento do CAT.

Em termos metodológicos, este trabalho empreende uma pesquisa de cunho qualitativo que de acordo com Michel (2009, p. 37), [...] se fundamenta na discussão da ligação e correlação de dados interpessoais, na coparticipação das situações dos informantes, analisados a partir de significação que estes dão aos seus atos [...]. As técnicas utilizadas para elaboração deste trabalho são a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa de campo, observação direta. A pesquisa bibliográfica tem o propósito de auxiliar no aprofundamento do tema abordado e identificar informações que podem subsidiar a construção do projeto. De acordo com Gil (2007, p. 44)

[87] Dados obtidos por meio de visita em loco a empresa MFTur que administra os catamarãs com embarque no restaurante Karrancas, no município de Canindé de São Francisco (SE).

[88] Modalidade de turismo na qual as pessoas estão hospedadas em Aracaju e desloca-se de veículos (Vans, Micro-ônibus, ônibus e carros) até o município de Canindé de São Francisco (SE), para visitar os cânions e retornam para Aracaju no mesmo dia, percorrendo cerca de 426 km (ida e volta), tornando a viagem cansativa e não aproveitando o que é oferecido em toda região de Xingó.

> A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço.

Ou seja, a pesquisa bibliográfica tem o objetivo de proporcionar um diálogo com os autores que pesquisaram sobre o tema em questão, embasar teoricamente a pesquisa e conceituar as principais categorias de análise.

A pesquisa de campo servirá para verificar como a teoria se comporta com as variáveis no ambiente real onde os fatos ocorrem. Para tanto, será utilizada a observação direta com o intuito de identificar o funcionamento dos centros de atendimentos aos turistas em destino turísticos próximos, para que seja feita uma análise e possa ser implantada no CAT ações consideradas casos de sucesso. Serão realizados registros fotográficos dos espaços visitados que possuem potenciais para se tornarem um centro de atendimento ao turista em Canindé de São Francisco (SE), bem como visitação ao prédio que funciona o Centro de Comercialização de produtos Artesanais a Casa da Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes.

DIAGNÓSTICO DE CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO/SE

O marco para história do município de Canindé de São Francisco (SE) é a construção da Usina Hidrelétrica de Xingó. Entretanto a história do município está vinculada ao morgado de Porto da Folha a qual a terra do atual município fez parte. O nome do município sofreu algumas alterações durante sua formação, inicialmente denominou-se de Canindé, depois passou a ser Curituba e pela Lei nº 890 de 11 de janeiro de 1958 denominou-se de Canindé de São Francisco. A Lei estadual nº 525-A de 25 de novembro de 1953 elevou o povoado à cidade e sede do município de Curituba, o qual foi instalado em 6 de fevereiro de 1955. (IBGE, 2018)

Com a construção da Usina Hidrelétrica precisou transferir a comunidade que morava as margens do rio São Francisco para área mais alta do munícipio. Surge então, em 6 de março de 1987, a atual cidade que foi projetada com áreas administrativas, comerciais e residenciais. E desde então, o município vem se concretizando como uma ótima opção para o mercado de turismo, investindo em infraestruturas turísticas locais (SANTOS; SILVA; MAIA; 2014).

Canindé de São Francisco (SE) situado a 213 km de Aracaju, capital de Sergipe, localiza-se no Alto Sertão Sergipano, possui como principal atrativo turístico os Cânions de Xingó, existindo outros atrativos culturais, naturais e artificiais como os Festejos Juninos, Carnaval, Casa da Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes, Trilha Vale dos Mestres, Sítios Arqueológicos,

Usina Hidrelétrica de Xingó Cachoeira do Lajedão, Rio São Francisco, Cruzeiro, Museu de Arqueologia de Xingó, Lagos de Xingó, Orla Salomão Porfírio de Britto e o potencial para desenvolver o segmento turismo rural nas áreas de produção agrícolas.

O *trade* turístico local é composto por 4 hotéis e 12 pousadas, 3 Agências de turismo, 2 Guias de Turismo e mais de 30 restaurantes e similares. A seguir segue quadro 2 com análise *SWOT* do município de Canindé de São Francisco (SE) com enfoque no destino turístico e na criação do Centro de Atendimento ao Turista. Na análise *SWOT* poderá identificar o ambiente em que o CAT será construído, pois é possível perceber os pontos fortes e fracos do destino turístico Canindé de São Francisco (SE) e as oportunidades e ameaça.

QUADRO 1 - ANÁLISE SWOT DO DESTINO TURÍSTICO CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO COM ENFOQUE NO CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
• Existência de espaços para construção do CAT • Boa pavimentação das vias de acesso • Existência de Políticas municipal de fomento ao turismo e cultura. • Parceria entre a prefeitura de Canindé de São Francisco (SE) com o SENAC e SEBRAE para qualificação e capacitação profissional. • Secretaria de Municipal de Turismo, Cultura e Esporte estruturada com profissionais qualificados. • DEPTur realizando o Inventário turístico do Município. • DEPTur com trabalho de formalização dos empreendedores turísticos. • O município consta com boa qualidade de seus produtos oferecidos aos turistas e visitantes; • Presença do rico patrimônio histórico, arqueológico e natural; • Existência de equipamentos turísticos na região; • Grande fluxo turístico visitando os Cânions de Xingó	• Incipientes atrativos com informações em Bilíngue • Pouca Sinalização Turística • Desativação dos Postos de Informações Turísticas • Inexistência de Centro de Atendimento ao Turista. • Pouca divulgação da diversidade de atrativos turísticos • Reutilização do Posto de Informação Turística como loja de artesanato. • Má localização dos antigos postos de informações turística; • Inexistência de estacionamento nos antigos postos de informações turísticas. • Falta de promoção articulado do destino Canindé de São Francisco (SE) • Inexistência de redes sociais e sites que promova o destino de forma integrada • Pouca participação em Feiras e Eventos do trade turístico
OPORTUNIDADES	**AMEAÇAS**
• Aumento da elevação da Taxa de Emprego • Fomentar a valorização e fortalecimentos das manifestações culturais do município de Canindé de São Francisco (SE) • Captação de números de turistas que estão em trânsito; • Aumento da taxa de permanência dos turistas • Promover a integração com outros destinos turísticos da região • Estimular o surgimento de novos empreendimentos turísticos • Captação de eventos náuticos, desportivo, científico e cultural • Aplicação das taxas de turismo no município • Criação do Fundo Municipal de Turismo	• Carência de transporte turístico para deslocamento dentro do município; • Descontinuidade de políticas públicas e ações de planejamento no turismo. • Escassez de mão-de-obra qualificada. • Falta de divulgação externa das manifestações culturais do município de Canindé de São Francisco (SE) • Dificuldades em realizar parcerias com Instituições de Ensino e Pesquisa devido a distância do município • Inexistência de um aeroporto. • Informalidade das transportadoras turísticas • Pouca articulação com os cursos de turismo

• Criação do Conselho de Turismo • Homenagear a comunicadora Silvia de Oliveira • Aumento da taxa de ocupação de meios de hospedagem.	• Sazonalidade turística • Falta de recursos para manutenção do prédio.

Fonte: Elaboração do Autor, 2018.

Canindé de São Francisco (SE) possui espaços físicos com potencial para implantação do Centro de Atendimento ao Turista, no decorrer da via denominada de Rota do Sertão. No trecho desta rota em Canindé de São Francisco (SE) na entrada da cidade até o ponto embarque do passeio para os Cânions de Xingó, foram identificados 4 (quatro) espaços.

Dentre os espaços identificados a Casa da Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes, localizado no anexo ao Parque de Exposição e Vaquejada e da Secretaria Municipal de Agricultura, Água e Meio Ambiente é o espaço ao qual o projeto do CAT melhor se enquadra para implantação por possui espaços para vendas de produtos artesanais, pizzaria, tapiocaria, petiscaria, palco para shows, banheiros e estacionamento

AQUISIÇÃO DE RECURSOS FÍSICOS, FINANCEIROS E HUMANOS PARA CRIAÇÃO DO CAT

Para poder propor a estruturação do CAT em Canindé de São Francisco (SE), realizou-se visitas em CAT's que funcionam a bastante tempo em municípios turísticos. Foram visitados os seguintes CAT's: CAT do mercado Central de Aracaju, CAT da Orla Pôr do Sol, administrados pela SEMICT- Aracaju (SE) e o CAT do Centro Histórico de Piranhas, administrado Prefeitura de Piranhas (AL). O intuito destas visitas foi identificar as estruturas existentes nestes CAT's para propormos no CAT de Canindé de São Francisco (SE) um espaço agradável, funcional e de qualidade. A seguir tem-se imagens de uma proposta de instalação do CAT em Canindé de São Francisco (SE), elaborado pela Designer de Interiores, Camilla de Lima Santos com a colaboração do autor do projeto turístico, Carlos Moisés de Lima Santos.

Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

FIGURA 1 - *LAYOUT* 1 DO CAT



Fonte: Camilla de Lima Santos, 2018

Na figura 1, é possível visualizar na parede 1 (um) detalhes de madeira na cor marrom, 1 (um) totem com tomadas para carregar aparelho eletrônicos e poder baixar arquivos como: mapas, fotos e vídeos do destino turístico Canindé de São Francisco (SE), na outra parte da parede um televisor de 52" polegadas que irá transmitir vídeos e fotos diariamente, bem como pacotes promocionais da oferta turística local. Na parede 2 (dois) com imagem da Arara é um exemplo de parede plotada, que temos como sugestão colocar a imagem dos Cânions do São Francisco e na parede 3 (três) tem-se uma porta de tonalidade branca.

FIGURA 2 - *LAYOUT* 2 DO CAT



Fonte: Camilla de Lima Santos, 2018

Na figura 2, *layout* 2 do CAT é possível visualizar na parte interna do CAT, 1 (um) sofá, 4 (quatro) puffs, 1 (uma) mesa de centro, 1 (um) tapete, 1 (um) abajur, 1 (uma) mesa de canto, 1 (uma) cadeira escritório, 1(uma) escrivaninha em L, 1(um) notebook, 1 (um) telefone, 2 (duas) cadeiras escritório cliente, 1 (uma) estante, 1 (um) lustre e 1 (um) jogo de luminária, na parede

frontal tem-se uma porta de cor branca.

O CAT irá funcionar todos os dias da semana, de segunda-feira a sexta-feira no horário das 8h da manhã até 19h e nos sábados, domingos e feriados das 9h às 17h. Para suprir a carga horária será criado a escala de trabalho de seus colaboradores (funcionários) no regime de 6x1, trabalhando 6h por dia cada colaborador. Para o bom funcionamento do CAT será preciso contratar 4 atendentes (Informantes Turísticos) e 1 coordenador.

Para o funcionamento do CAT será necessário contratar as pessoas que irão trabalhar e formar a equipe. Esta deverá ser formada com no mínimo 4 agentes de informações turísticas e 1 coordenador. O quadro de funcionário poderá ser aumentado a partir de parcerias firmadas com Instituições de Ensino na qual o CAT passe a ser um espaço de estágios para alunos dos cursos de turismo.

O CAT tem como principal função passar informações para os turistas sobre o destino turístico Canindé de São Francisco (SE), por meio de diversas ferramentas, seja elas tecnológicas, entrega de folheteria (folder, mapas, guia turísticos) ou explanações.

Para facilitar o trabalho do colaborador e tornar o espaço conhecido, será preciso equipar o CAT das seguintes maneiras: Criação de uma Logomarca identitária para o CAT; Criação de perfis em redes sociais e alimentar diariamente; Dispor de aparelho telefônico para esclarecer informações turísticas via este canal de comunicação; Promover folheteria do destino turístico; Disponibilizar mapas com os atrativos turísticos do município e os empreendimentos turísticos; Ter na sede do CAT um mapa de tamanho amplificado do município; Ter folhetaria dos empreendimentos turísticos; Criar uniformes para seus colaboradores; Exibir vídeos promocionais do destino e atrativos turísticos no CAT; Vender souvenir com logomarca do CAT; Produzir e vender um Guia Turístico da região de Xingó; Dispor no *Toten* de acervo de fotos dos atrativos e empreendimentos turísticos; Participar de Feiras e eventos turísticos; Dispor de acesso ao *Wi-fi* mediante *Check-in* no *facebook* na página do CAT.

Por fim, como ferramenta promocional do CAT para que o mesmo seja reconhecido, nomear o estabelecimento com o nome de Silvia de Oliveira, conhecida no *trade* turístico sergipano como Silvinha Jornalista. É uma cidadã de Propriá (SE), mais que desenvolveu seu trabalho em Canindé de São Francisco (SE), quando foi Secretária Municipal de Turismo e deixou um formidável legado para o município.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A idealização deste trabalho ocorreu com o intuito de promover o desenvolvimento turístico do município de Canindé de São Francisco (SE), por meio da criação do Centro de Atendimento ao Turista – CAT, a implantação do projeto, seguindo os procedimentos exposto no decorrer do trabalho, poderá proporcionar ao município, um novo cenário turístico. Contribuindo para o aumento da taxa de permanência do turista no destino, irá sistematizar a oferta turística local, gerar emprego e renda para a comunidade e se tornar um destino turístico referência no âmbito de desenvolvimento de políticas públicas, através das articulações que serão necessárias para manter o CAT Silva de Oliveira funcionando.

Por fim, ressaltamos da necessidade da criação do CAT em Canindé de São Francisco/SE, seja ele administrado pelo poder público, iniciativa privado ou entidades mistas, o que de fato precisa acontecer, é a articulação do *trade* turístico local, para implantar o projeto e alcançar um outro nível de organização turística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, D. C. **Planejamento Turístico:** Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo:** Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE. **Canindé de São Francisco Panorama.** Disponível em **https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/caninde-de-sao-francisco/panorama**, acessado em 02/05/2018.

IBGE. **História**. Disponível em https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/caninde-de-sao-francisco/historico, acessado em 15/09/2018.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo:** para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3ª ed. São Paulo: Aleph, 2012.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTOS, C. M. de L.. T**urismo Cultural nas Cidades Históricas de São Cristóvão e Laranjeiras:** um olhar através dos guias turísticos e dos guias de turismo. São Cristóvão, 2015. Monografia (Graduação em Bacharelado em Turismo) Núcleo de Turismo, Universidade Federal de Sergipe.

SANTOS, C. M. de L.; SILVA, V. C.; MAIA, F. B. A.. **Análise das potencialidades para o desenvolvimento do arranjo produtivo local de turismo de base comunitária em Canindé de são Francisco – SE.** In: II Congresso Nacional de Turismo Comunitário & VIII Simpósio de Turismo Sertanejo, 2014, João Pessoa. VIII Simpósio de Turismo Sertanejo. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2014.

CAMINHOS DO AÇUCAR: PROPOSTA DE UM ROTEIRO TURÍSTICO NO ESPAÇO RURAL COMO DINAMIZADOR DA OFERTA TURÍSTICA NO SUL SERGIPANO

Sirleila Pinheiro de Souza[89]

Joab Almeida Silva[90]

RESUMO

O turismo rural é um segmento turístico pouco trabalhado em Sergipe, por meio do qual é possível contemplar atividades diretamente ligadas a vida no campo e ao cotidiano rural com visitantes que buscam amenizar a vida agitada das grandes cidades fazendo uso de equipamentos e serviços adaptados em áreas mais tranquilas e amenas. Em Sergipe, o segmento mais promovido é o turismo de Sol e Praia, ocupando territórios do litoral que concentra a maior parte dos investimentos no setor e focam na consolidação dos destinos ali presentes. O objetivo geral da presente pesquisa é organizar uma proposta de produto turístico na forma de roteiro no segmento de turismo rural para o município de Santa Luzia do Itanhi/SE. Como objetivos específicos: Identificar as práticas rurais existentes na região; realizar uma análise situacional do turismo no município; apresentar a sugestão de execução do roteiro no segmento de turismo rural. O método utilizado para desenvolver este trabalho foi o estudo de campo com observação direta. As técnicas foram pesquisa bibliográfica e pesquisa in loco. Foi possível destacar as atividades no meio rural não só como estratégicas para região, mas como uma reserva de mercado, um potencial pouco trabalhado e muito presente, embora capaz de ser inserido como uso de áreas rurais noutros segmentos turísticos. A oferta turística do município requer adequações para a viabilidade do roteiro e a formatação e comercialização do mesmo foi composta de acordo com o perfil do mercado sergipano.

Palavras-chave: Turismo Rural. Roteiro Turístico. Santa Luzia do Itanhi.

ABSTRACT

The rural tourism is a under worked segment in Sergipe, which who is possible to contemplate directly the daily activities related to the field and rural with visitors that seek to ease their big cities hectic lives using equipments and services in more calm and pleasant areas. In Sergipe, the most promoted segment is the Sun and Beach Tourism, occupying coast territory which concentrates the biggest part of the investments in the sector and focus on the consolidation of the destinations in there. The main objective of this research is organize a propose of a touristic product in the shape of a touristic route ins the segment of rural tourism in the city of Santa Luzia do Itanhi/SE. As specifics objectives: Identify rural practices in the area; make a situational analysis about the tourism in the city; present a suggestion of how execute a rural tourism touristic route. The method used to develop this paper was the field study with direct observation. The techniques were bibliographic and in loco research. It was possible to highlight the activities in the rural area not only as strategies for the region but as market reservation, a under worked potential and very present, although capable of being inserted as use of rural areas in other touristic segments. The touristic offer in the city requires adjustments for the touristic route's viability, and the shape and commercialization of it were made according with the market profile of Sergipe.

Key-words: Rural Tourism. Touristic Route. Santa Luzia do Itanhi

[89]Turismóloga pela universidade federal de Sergipe, pós-graduada em gestão de empreendimentos turísticos pela UFS. E-mail: sirleila.caicaraconsultoria@gmail.com.

[90]Professor do Departamento de Turismo (UFS/DeTur). Doutorando em Geografia (PPGEO/UFS). Mestre em Geografia (PPGEO/UFS). Especialista em Gestão Pública (UFS). E-mail: joab.turismo@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A segmentação da oferta turística Brasileira, definida como diretriz da política pública nacional de turismo, instituída pelo Ministério do Turismo em 2005, insere o Turismo Rural na pauta do turismo brasileiro. Este segmento possui características singulares e representatividade na economia brasileira, se destaca sobre outros segmentos pela capacidade de agregação de valor à experiência turística em outros segmentos como ecoturismo, aventura, sol e praia e outros, envolvendo outros segmentos de forma complementar e unânime. O MTUR (2010)[291] define Turismo Rural como:

> [...] o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

PETROCCHI (2009) enfatiza: "O planejamento é a função mais importante. Estabelece diretrizes para as demais funções do ciclo administrativo, que são organizar, liderar e controlar". Com isso, planejar um determinado destino compreende em prepara-lo para o turista e para a comunidade. PETROCCHI (2009) complementa que "O planejamento do turismo deve considerar todas as formas possíveis de contribuição ao bem-estar dos moradores e desenvolvimento integral do turismo". Os órgãos municipais, estaduais e federais tendem a incrementar a atividade turísticas nas cidades para a consolidação dos serviços e das atividades desenvolvidas através do planejamento e gestão do destino, já no campo em áreas rurais, essa incrementação tende a ser mais passiva para que não haja tanta interferência com o cotidiano da comunidade e torna-lo tão diferente a fim de provocar um distanciamento e perca do pertencimento da identidade local.

BRAGA (2007) reforça que "o artificio da segmentação mostra-se um instrumento que facilita o trabalho de levantamento e coleta de dados...". Em Sergipe, essa realidade é vista nas atividades desenvolvidas partir de órgãos governamentais em planejamento e gestão do turismo que propuseram estratégias para o desenvolvimento benéfico do setor localizando qual segmento investir. Com isso, segmentar o mercado deixa claro qual rumo tomar e de que forma trabalhar a amplitude que o mercado oferece. Dessa forma é necessário conhecer os

[91] Segmentação do turismo e o mercado. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em :http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acessado em 25 de outubro de 2015.

consumidores-alvo, bem como seus comportamentos mais usuais em compras. O objetivo deste trabalho é analisar o turismo Rural como forma de politica publica de segmentação para o desenvolvimento local.

A maioria dos potenciais atrativos está localizado em áreas rurais, assim como a concentração da maior parte da população do município e as práticas cotidianas ligadas a ruralidade, podendo gerar uma relação de motivação desses elementos para prática de turismo. A localização do municipio torna-se estratégica devido a sua vocação natural para o desenvolvimento do turismo na região. Neste caso, a finalidade do presente trabalho é propor um roteiro turístico no segmento de turismo rural no município de Santa Luzia do Itanhi/SE.

O TURISMO RURAL E SUAS PERSPECTIVAS

A atividade turística vem crescendo gradativamente através dos séculos e sendo adotada por alguns países como a principal estratégia de desenvolvimento local, abrangendo investimentos na cultura, economia e na infraestrutura básica e turística.

O Setor rural representa uma fatia especial de produção e consumo na economia do Brasil. Dos 200 milhões de habitantes do país, 30 milhões são residentes nas áreas rurais, numero expressivo mesmo considerando o êxodo existente para centros urbanos (IBGE, 2010).

Segundo dados do IBGE (2010), o PIB do agronegócio correspondeu a 23% do PIB total do Brasil em 2013, contribuindo com a metade do crescimento econômico do país gerando um superávit comercial de U$57,7 bilhões, 11,3% maior que o mesmo período de 2012. Investimentos maciços tornaram o país um dos mais competitivos do mundo, especialmente do setor privado com apoio de Núcleos de Pesquisa e Tecnologia agrícola e órgãos de fomento ao empreendedorismo rural, inovação, acesso a mercados e gestão como o SEBRAE.

Entretanto, há duas décadas passadas o setor passou por grandes desafios à sua sustentabilidade e competitividade em função da falta de políticas públicas estimuladoras, ausência de recursos, práticas insustentáveis, baixo investimento em tecnologia e modernização. Estes fatores levaram a uma forte migração de pessoas das áreas agrícolas para os centros urbanos do país a procura de trabalho e motivaram o surgimento de alternativas não agricultáveis no meio rural como meio de geração de renda e ocupação de pessoas. Neste contexto surge o turismo rural como atividade e um novo negócio na propriedade agrícola, ao mesmo tempo em que o consumidor das grandes cidades começa a demandar uma nova forma de lazer e desligamento das pressões cotidianas (SEBRAE, 2016).

O Turismo Rural surge na década de 1980 no sul do Brasil e desde então vem conquistando espaços no cenário turístico nacional a partir do crescimento do numero de unidades rurais voltadas ao setor como alternativa de renda e valorização da cultura rural, bem como pela movimentação empreendedora que se consolida em vários estados brasileiros tornando a atividade mais profissional e promotora de atratividade. Desde então o segmento vem evoluindo com a criação de organizações coletivas em todo o país, com o aprofundamento das discussões em torno do segmento como negócio e da necessidade da criação de marcos legais que o amparem dada a sua especificidade.

A definição de um marco conceitual para os segmentos de oferta do turismo no Brasil definida pelo Ministério do Turismo em 2005, inserem o turismo rural na pauta do turismo brasileiro com base no perfil da atividade e de forma participativa com atores chave legitima o segmento estabelecendo o nivelamento necessário à uma atividade de características especiais e que envolve outros segmentos de forma complementar e transversal.

O Turismo Rural é um segmento novo e em fase de expansão no Brasil, tem seu crescimento explicado por duas razões: a necessidade que o produtor rural tem de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos, e a vontade dos moradores urbanos de reencontrar suas raízes, de conviver com a natureza, com os modos de vida, tradições, costumes e com as formadas de produção das populações do interior (MTUR, 2004).

PROPOSTA DE ROTEIRO: CAMINHOS DO AÇÚCAR

Os Roteiros são aqueles que abordam temas específicos, identificando e combinando as principais potencialidades do ambiente natural e cultural de uma região, interpretando-as, combinando-as e transformando-as em produtos turísticos comercializáveis. O processo de formatação de roteiros reflete um trabalho cauteloso, de identificação de iniciativas e atividades empreendedoras que atendam às exigências do mercado turístico e que estejam prontas para receber o visitante. Uma vez combinadas estas iniciativas e atividades ganham status de Roteiro Turístico (RAIZES DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL, 2015).

Assim, a principal finalidade do roteiro é se tornar um instrumento que facilite a promoção e a venda do destino, combinando as atividades histórico-culturais e naturais, associadas à gastronomia regional, com guias especializados, valorizando o artesanato e utilizando transporte apropriado para a formação de uma imagem própria, única e voltada para a criação da permanência (SEBRAE, 2016).

Considerando o exposto, na perspectiva de apresentar a fomentar o trabalho de estruturação de produtos e estruturação de um roteiro de turismo no espaço rural será sugerido um roteiro turístico para o município de Santa Luzia do Itanhi onde o mesmo se constituirá como nova opção de experiência para o turista e diversificação da oferta existente no litoral Sul do estado de Sergipe.

As atividades que permeiam o Turismo Rural possuem ligação com a natureza, sendo desenvolvidas dentro dos segmentos de turismo e rural e ecoturismo devido a interlace dos conceitos que os compõe. A seguir apresentamos um quadro com a composição da programação das atividades que serão realizadas no roteiro.

O nome do roteiro deu-se pela história de colonização de Sergipe, notadamente pela exploração da cana de açúcar como principal insumo de renda e trabalho para aquela localidade, por isso "Caminhos do Açúcar", para referenciar a colonização do sul do estado de Sergipe, da forma como impérios foram construídos através da escravidão e a lutas dos quilombolas eternizadas nos grandes engenhos situados no município.

A seguir observaremos as atividades que serão propostas dentro de um roteiro descritivo para o município de Santa Luzia do Itanhi.

QUADRO1- PROGRAMAÇÃO DO ROTEIRO

Horário	Programação
08:00	Saída de Aracaju
09:00	Chegada em Santa Luzia do Itanhi
09:30	Acolhida na Biblioteca Luminescência (Visita ao Povoado Crasto)
10:30	Passeio de Barco
12:00	Almoço
13:00	Visita ao santuário de Santa Luzia
14:00	Visita a Cachaçaria Reserva do Barão
15:30	Visita ao Antigo engenho São Felix
17:00	Café no Engenho
18:00	Retorno para Aracaju

Fonte: Elaboração da acadêmica Sirleila Pinheiro de Souza, 2018.

As atividades serão desenvolvidas em 01 (um) dia e os atrativos visitados serão os elencados no diagnóstico desta pesquisa, observando suas reais condições para visitação.

Neste dia de operação do roteiro, o grupo será recebido em uma acolhida na biblioteca do povoado, equipamento que sedia a realização de várias atividades de projetos estruturantes na comunidade, especialmente com os jovens, seja acessando novas tecnologias ou aprimorando as habilidades artísticas como os talentos voltados para a pintura e arte. Durante a parte da manhã será possível aproveitar o cotidiano no povoado Crasto com algumas atividades opcionais a serem realizadas no entorno da comunidade como passeios de barco no rio Piauí, banho no rio, visita as ruínas da Igreja Senhor do Bomfim e do antigo trapiche, visita a feirinha de artesanato. O almoço será servido as 12h no restaurante Brisa do Mar.

No período da tarde, será realizada a visita no santuário de Santa Luzia na sede do município. A Igreja fica localizada no centro da cidade, no alto de uma pequena colina, onde é possível ter uma vista panorâmica do território da cidade de Santa Luzia do Itanhi. O grupo percorrerá toda a extensão da área urbana próximo ao santuário desta, visualizando a dinâmica do comércio local, os vendedores ambulantes, as lojas de vários segmentos que estão localizadas em seu entorno, o vai e vem dos moradores locais. Ao lado do Santuário fica localizado o marco da 1° missa rezada em solo sergipano, feito histórico que conta um pouco da história da colonização em Sergipe.

Em seguida, será realizada visita na Fazenda Priapu e Cachaçaria Reserva do Barão, com deslocamento de aproximadamente vinte e quatro minutos. Na chegada ao local, o guia fará uma breve explanação sobre o local e o condutor local e funcionário da cachaçaria explicará o processo de fabricação da cachaça artesanal. Esta primeira visita terá duração de um hora e trinta minutos, incluindo tempo para uso de toaletes.

Continuando as atividades, os visitantes seguirão para o próximo ponto do roteiro, a fazenda engenho São Felix. O deslocamento para esse atrativo é cerca de dez minutos. Essa visitação terá duração de uma hora e 30 minutos, também incluindo o uso dos toaletes. Na visita a propriedade será possível realizar atividades como pesque e pague, andar a cavalo, visita as ruinas do antigo engenho. O roteiro será encerado na fazenda São Felix com um delicioso café da tarde para firmar e concretizar as visitas e todo conhecimento adquirido.

Para a formatação de preços do pacote o preço do roteiro que será comercializado pelas agências, operadoras e afins onde o valor final de venda deve resultar da relação entre os custos do roteiro, a lucratividade pretendida e a concorrência existente.

Ao definir os custos do roteiro, foram incluídas todas as despesas previstas para operação do produto oferecido, tais como: transporte, alimentação, serviços em geral, taxas,

traslados, impostos, custos estruturais como aqueles com pessoal, custos operacionais, promocionais e de propaganda. Para tal roteiro, a capacidade delimitada de trabalho para grupos fechados será de quinze pessoas, devido ao meio de transporte utilizado para acesso ao alguns atrativos, riqueza na experiência proporcionada a esse turista e excelência no atendimento e desenvolvimento do roteiro, o fluxo frequente de turistas rodoviários que utilizam a SE 100 para ter acesso a Aracaju, como os turistas que ficam hospedados na mesma.

Na Tabela 01 foram distribuídos os custos operacionais do roteiro.

TABELA 01 CUSTOS DO ROTEIRO

Produto	Quant.	Unidade	Preço Unitário R$	Preço Total R$
Serviços de desenvolvimento do roteiro				
Alimentação (Almoço)	15	Unidade	30,00	450,00
Apresentação Cultural	01	Unidade	300,00	300,00
Condutor local	01	Unidade	50,00	50,00
Transporte	01	Unidade	450,00	450,00
Café no engenho	15	Unidade	25,00	375,00
Serviços de fornecimento de atividades opcionais no destino				
Passeio de escuna	01	Unidade	R$ 25,00	R$ 25,00
Passeio de Barco no Rio Piauí	01	Unidade	R$15,00	R$15,00
Custo total de operação do roteiro:				**R$1.290,00**

Fonte: Elaborada pela acadêmica Sirleila Pinheiro de Souza, 2018.

Tendo em vista os preços dos roteiros que são comercializados pelas agencias de turismo receptivo do estado de Sergipe, o roteiro caminhos do açúcar é competitivo no ponto de vista financeiro e oferece um diferencial em atividades não padronizadas que já são ofertadas no sul sergipano. O teste do roteiro Caminhos do Açúcar foi realizado por partes em visitas pontuais aos atrativos citados na programação para verificar o tempo estipulado no deslocamento, nas paradas para visitação, quilometragem a ser percorrida e principalmente as condições de vias de acesso versus tempo de duração do roteiro como todo. Foi constatado que apesar das vias de acesso serem maioria de chão batido as condições para trafego de automóvel são favoráveis, pois não tem buracos, depressões ou desvios nas estradas facilitando o trafego normalmente.

PROGNÓSTICO

A localização do município de Santa Luzia do Itanhi se torna estratégica para o desenvolvimento de ações voltadas para atividade turística. A mesma possui proximidade com os municípios de Estância, Indiaroba e o norte do estado da Bahia, onde esse quesito torna-se positivo para o desenvolvimento do turismo, oferecendo atividades diferenciadas em outros segmentos já consolidados no sul do estado, onde sejam capazes de atrair um publico diferenciado a procura de experiências inovadoras e conhecimento mutuo, diferentes da vida rotineira vistas nos grandes centros urbanos.

Dentre as principais dificuldades observadas para implantação do roteiro no segmento de turismo rural no município de Santa Luzia do Itanhi está a deficiência presente na infraestrutura básica (BR101) e turística (Restaurantes, pousadas, equipamentos de lazer) atrelada a oferta turística do município.

Durante a realização desta pesquisa foi detectado que a oferta turística de Santa Luzia era insuficiente, sendo necessários ajustes em diversos equipamentos, serviços e atividades de apoio a atividade turística para que o roteiro turístico fosse inicialmente implantado com eficiência. Para tal a sugestão, através da sensibilização das praticas rurais do homem no campo, atividades educacionais nas escolas do município, além das capacitações e qualificações dos jovens para serem inseridos na execução do roteiro com isso dinamizando a oferta turística no estado e aumentando a renda local da região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento turístico:** Teoria e Pratica**.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Introdução à Regionalização do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO-DIRETRIZES.pdf acessado em 21 de outubro de 2015 as 15:31.

PETROCCHI, Mario. **Turismo:** Planejamento e Gestão. 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. Disponível em: http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/roteirizacaoturistica_turismo.pdf acessado em 07 de janeiro de 2018 as 16:22.

Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 9 Monitoria e Avaliação/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. Disponível em: http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/monitoriaeavaliacao_turismo.pdf acessado em 07 de janeiro de 2018 as 17:45.

SEBRAE. Perfil do Turista e dos Segmentos de Oferta. 2012. Disponível em: <http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/E4EE72775D0F632A83257A0C00757D41/$File/CNTUR%20Pesquisa%20de%20mercado%20final%20(2).pdf.htm>. Acesso em: 25 deJaneiro, 2015.

Segmentação do turismo e o mercado. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de

Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Disponível em :http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acessado em 25 de outubro de 2015.

TURISMO UFS
Turismo e Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

ELABORAÇÃO DE MANUAL PRÁTICO AMBIENTAL PARA EMPREENDIMENTOS HOTELEIROS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE EM ARACAJU/SE

Alyne Carmelita Pereira Batista[92]
Joab Almeida Silva[93]

RESUMO

A Atividade Turística tem sido muito valorizada devido ao potencial de geração de renda e fluxo de turistas, ao mesmo tempo, tem gerado dúvidas a respeito dos impactos negativos que pode causar ao meio ambiente dos destinos receptores. Neste contexto, e considerando a hotelaria como um dos principais setores da cadeia de produção do turismo, o presente trabalho traz uma reflexão sobre o papel do setor de hospedagem no meio ambiente e tem como objetivo geral a elaboração um manual prático ambiental para os empreendimentos hoteleiros de pequeno e médio porte de Aracaju. Para tanto, foram utilizados como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica, documental e de campo, sendo caracterizada com entrevista estruturada aplicada aos gestores de hotéis selecionados e um representante do SEBRAE/SE. Como principais resultados foram constatados que há necessidade de elaboração de um Manual Prático Ambiental, pois de acordo com as entrevistas realizadas, os gestores e representante do SEBRAE sinalizaram que o Manual seria um importante norteador para a conduta ambiental nos meios de hospedagens de pequeno e médio porte em Aracaju e seria uma importante ferramenta para realização de capacitações com seus colaboradores e outros trabalhadores da área hoteleira. Este trabalho foi concluído com a estruturação de um plano de ações para aplicação do manual proposto.

Palavras-chave: Atividade Turística. Meios de Hospedagem. Manual Prático.

ABSTRACT

The Tourism Activity has been highly valued due to the potential of income generation and flow of tourists, at the same time, it has generated doubts about the negative impacts that can cause to the environment of the recipient destinations. In this context, and considering the hotel industry as one of the main sectors of the tourism production chain, the present work brings a reflection on the role of the lodging sector in the environment and its general objective is the elaboration of an environmental practical manual for hotel developments of small and medium size of Aracaju. For this purpose, the bibliographic, documentary and field research was used as methodological procedures, being characterized with a structured interview applied to selected hotel managers and a SEBRAE / SE representative. As main results, it was verified that there is a need to prepare an Environmental Practical Manual, since according to the interviews conducted, the managers and representative of SEBRAE indicated that the Manual would be an important guide for environmental behavior in small and medium-sized housing in Aracaju and would be an important tool for conducting trainings with its employees and other hotel workers. This work was completed with the structuring of an action plan for the application of the proposed manual.

Keywords: Tourism Activity. Means of Hosting. Practical Handbook.

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018

[92] Especialista em Planejamento em Turismo (UFS/DeTur). Bacharel em Turismo (Estácio/FaSe). Pesquisadora do GETUR – Grupo de Estudos Interdisciplinares em Turismo Criativo. e-mail: alynecpbatista@gmail.com

[93] Professor do Departamento de Turismo (UFS/DeTur). Doutorando em Geografia (PPGEO/UFS). Mestre em Geografia (PPGEO/UFS). Especialista em Gestão Pública (UFS). E-mail: joab.turismo@hotmail.com

INTRODUÇÃO

É notório o crescimento da indústria Hoteleira como multiplicador de renda e emprego. Pois indiretamente estão ligados a: construção civil, agências de viagens, transportes de passageiros, organizadores de eventos e convenções. DIAS e PIMENTA (2005, p. 107) citam que:

> a Hotelaria é o maior setor dentro da economia turística. Os turistas necessitam, com poucas exceções, de um local para descansar e recuperar as energias durante seu tempo de permanência na destinação. Pode -se entender que a hospedagem é uma instalação imprescindível para o desenvolvimento do turismo em uma destinação.

Diante do dinamismo proporcionado pela Atividade Turística a prática da intersetorialidade traz um novo método entre os setores da sociedade e/ou organizações com objetivos comuns para que haja uma aproximação e cooperação entre si. Para Junqueira (2004) a intersetorialidade pode contribuir para o desenvolvimento social e combater a exclusão, principalmente, no que tange a distribuição e otimização dos recursos destinados a diminuir problemas sociais.

Mais um ponto importante aliado para que haja um melhor entendimento da Atividade Turística é a Interdisciplinaridade no Turismo. Dissertando sobre esse assunto, autores como Japiassu e Marcondes (1991) afirmam:

> ser a interdisciplinaridade um método de pesquisa e de ensino suscetível de fazer com que duas ou mais disciplinas interajam entre si. Esta interação pode ir da simples comunicação das ideias até a integração mútua dos conceitos, da epistemologia, da terminologia, da metodologia, dos procedimentos, dos dados e da organização da pesquisa.

Partindo dessa conceituação, percebemos o quanto a Atividade Turística está entrelaçada com diversas disciplinas que se comunicam entre si, como por exemplo: estatística, história, geografia, sociologia, psicologia, filosofia, etc. São diversas ciências para explicar essa atividade.

Os dados mostram que cada vez mais a hotelaria mostra a sua força e o seu poder de transformação. Desde dados que indicam a sua criação, até os dias atuais. Sejam com pequenas pousadas até hotéis luxuosíssimos. Com esse público sempre crescente e exigente os hotéis precisam se adequar pois dentro desse público existem diferentes motivações de viajem sejam elas de lazer, de trabalho, dentre outros. Com essa economia crescendo a rede hoteleira procura a sua modernização física (construções) e atendimento (pessoal), cada empresa buscando a consolidação da sua marca, visando sempre atrair maior número de hóspedes.

Porém essa corrida em busca de público, consequentemente faz com que algo muito importante seja colocado de lado, que o meio ambiente que cerca esses empreendimentos. Segundo Flores (2002, p.86), O ambiente é o resultado da interação entre a lógica da natureza e lógica da sociedade, portanto, gerir essa ação interativa significa diagnosticar impactos e aspectos ambientais, monitorá-los, compensá-los e mitigá-los quando necessário.

Segundo RUSCHMANN (1997, p. 120) ressalta que: quando a filosofia de enriquecer rapidamente der lugar a cuidar dos produtos e dos recursos para proporcionarem lucros menores, porém contínuos, o problema do impacto ambiental dará lugar a uma era de turismo sustentável.

Devido a esse crescimento em busca de excelência em oferta de empreendimentos cada vez mais bem estruturados a fim de beneficiar todos os públicos, há uma questão a ser pensada que é o meio ambiente e a sustentabilidade, os impactos nele causado desde a sua construção até mesmo a forma que é utilizada. Pensando em uma forma sustentável de utilização desses empreendimentos hoteleiros e a sua oferta de serviços o Conselho Mundial de Viagens e Turismo e a Organização Mundial de Turismo (WTTC/WTO, 1995) entendem que:

> o turismo sustentável é aquele que busca as necessidades dos turistas atuais enquanto protege e incrementa as oportunidades para o futuro, por meio de produtos que são operados em harmonia com o meio ambiente local, comunidades e culturas, de modo que estas se tornem as grandes beneficiárias e não as vítimas do desenvolvimento do turismo.

Diante desse crescimento da atividade turística e hoteleira, aliada às questões de sustentabilidade, atualmente há um aumento na produção de manuais de boas práticas na hotelaria, consequência da ampliação da demanda internacional por empreendimentos ambientalmente responsáveis. Em síntese, essas práticas concentram-se principalmente em: **Gestão do uso de energia; Gestão do uso da água; Gestão da destinação de resíduos; Uso de produtos potencialmente poluentes; contribuição para a biodiversidade e conservação da natureza; contribuição para o desenvolvimento comunitário; Sistemas de gerenciamento ambiental; Sistema de informação; Práticas de consumo.**

Para isso, será desenvolvido um **Manual Prático Ambiental** com o objetivo de padronizar os empreendimentos hoteleiros de pequeno e médio porte em Aracaju. No qual se comprometem com: Melhoria contínua do desempenho ambiental, respeita a legislação ambiental e procura conscientizar e treinar seus colaboradores sobre meio ambiente. Os hotéis procuram dentro dessa realidade o melhor equilíbrio entre a economia e o meio ambiente.

Neste contexto, o objetivo principal é elaborar um manual ambiental para os empreendimentos hoteleiros de pequeno e médio porte em Aracaju. Buscamos ainda identificar a aplicabilidade da legislação vigente em relação ao sistema ambiental na hotelaria; caracterizar a Atividade Turística em Aracaju e os empreendimentos hoteleiros de pequeno e médio porte em Aracaju; descrever onde o manual será aplicado.

Pois conforme Flores (2002, p. 85): Quem sair na frente só levará vantagens pois não é mais modismo, mas uma questão de qualidade de vida globalizada. Quando um empreendimento hoteleiro é criado em determinado local, vários aspectos têm de ser levados em consideração, para isso existem leis Federais, Estaduais e Municipais, a fim de tentar inibir qualquer atuação que venha causar maiores danos ao meio ambiente daquela localidade.

Partindo dessa análise, pode-se perguntar como os gestores dos empreendimentos hoteleiros de pequeno e médio porte de Aracaju poderá contribuir para a melhoria ambiental? Pois, alguns gestores acreditam que há um custo elevado para realizar práticas ambientais como também existe falta de conhecimento sobre tais práticas ambientais.

Os procedimentos metodológicos utilizados serão pesquisa Quali-quantitativa com uma entrevista estruturada. Para Marconi e Lakatos (2011, p. 281) citam que: Entrevista padronizada ou estruturada, quando o pesquisador segue um roteiro previamente estabelecido. As perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas.

Levantamento bibliográfico e documental, através de livros, leitura de artigos. O manual será elaborado com base no Manual de Conduta Hoteleira, de 2003, que foi feito em parceria com a ABIH[94], Ministério do Turismo e SEBRAE[95], e teve como objetivo: Elevar a qualidade dos serviços prestados ao turista, visa também o aperfeiçoamento profissional dos gestores hoteleiros, código de conduta e ética voltado para os meios de hospedagem e o fortalecimento do setor.

E tivemos como base também o Programa de Qualificação dos Pequenos Meios de Hospedagem de 2011, que foi realizado através da ABIH, IBH[96] e SEBRAE, onde o objetivo é de aumentar continuamente a competitividade das pequenas empresas desse segmento.

Assim, com a leitura de ambos foi possível chegar a um manual mais prático e de fácil entendimento tanto para os gestores como também para os colaboradores.

[94] ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
[95] SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
[96] IBH – Instituto Brasileiro de Hospedagem

RESULTADO DA PESQUISA

Foram constatados que nenhum dos gestores tem conhecimento a respeito do manual de sustentabilidade. Os hotéis possuem orientação para troca de enxoval e toalha, a maioria não tem programa de treinamento interno, a respeito de redução de consumo. Os gestores em sua maioria não buscam fornecedores que possuam ações ambientais. os gestores não buscam algum tipo de certificado ambiental. os empreendimentos buscam a coleta seletiva e participam de alguma ação de reciclagem. Todos buscam armazenar os resíduos sólidos de maneira correta. Todos fazem a separação de resíduos sólidos e conhecem das leis e crimes ambientais.

Os Gerentes informaram que colaboram com ações sociais. Quando questionados de que forma sua unidade hoteleira contribuir para a sustentabilidade foram unânimes em responder que precisam trabalhar mais a conscientização de hóspedes e colaboradores e sobre dificuldades encontradas a maioria informou o custo como vilão. E para finalizar as constatações os gestores e representante do Sebrae concordam que uma Manual Prático Ambiental será um importante norteador e incentivador das boas práticas ambientais na hotelaria.

Gestão da Água

Podemos dizer que a gestão da água é primordial para tornar o uso mais eficiente. Para redução de consumo e o desperdício avance a partir de ações contínuas. Listaremos as ações onde a gestão da água pode ser usada:

Equipamentos e redução de consumo:

a) Na parte do Paisagismo:

- dar preferência gramíneas mais rústicas podem ser mantidas com menos quantidade de água;
- Implantação de sistema irrigação;
- Utilização de plantas nativas da região que necessitem de menor irrigação;

b) Na parte dos Sanitários:

- As torneiras devem ter bico com arejador, que permita a sensação de maior vazão e chega a economizar cerca de 50% no uso. E em áreas públicas recomenda-se torneira de fechamento automático.

- Os chuveiros que também possuam sistema aerado pois proporcionam economia e garantem conforto.
- As descargas que possuam vazam de 3 e 6 litros.
- Escolher registro para sistemas de águas aquecidas por sistema central é um dos maiores de economia de água.

Reaproveitamento e Armazenagem

- Divisão dos sistemas de coleta de esgoto em duas redes: água cinza e água marrom;
- Reaproveitamento das águas da chuva, com armazenamento correto.

Participação do hóspede e de colaboradores

- Incentivar a reutilização das toalhas e enxoval;
- Colocação de comunicados sobre a conservação da água;
- Comunicar que o empreendimento faz parte de um programa de práticas ambientais;
- Promover sensibilização periodicamente com os colaboradores a respeito da redução de consumo de água e energia.

Gestão de Energia

Significa detectar e executar ações para tornar o uso da energia mais eficiente.

- Optar por equipamentos com classificação A;
- Economizador e ou sensor de presença interna;
- Uso de lajes de isopor garantem uma térmica mais eficaz;
- Sombras nas janelas;
- Uma iluminação natural, protegida do sol, pode economizar na iluminação;

Gestão de Resíduos Sólidos

A abordagem sobre resíduos sólidos seguiu nos últimos anos o caminho de expressões como **Reduzir, Reutilizar e Reciclar**. Nós últimos temos, outras definições foram incorporadas como **Repensar e Recusar**.

- Optar em reduzir o lixo é a primeira e a mais importante delas;
- Comprar produtos já higienizados;
- Optar em comprar refis dos produtos de limpeza.

No quadro abaixo, uma proposta básica para acomodação dos resíduos sólidos de maneira a viabilizar o menor custo para revenda ou reutilização.

QUADRO 1: SOBRE DESCARTE CORRETO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Resíduo orgânico	**Depositar em recipiente de plástico, rígido com tampa;** **Após o uso lave o recipiente diariamente.**
Latas	Depositar em recipiente plástico rígido ou de metal com revestimento de saco plástico.
Vidros	Depositar em recipiente plástico rígido ou de metal com revestimento de saco plástico.
Papel	Depositar em recipiente de papel (caixas de papelão) ou de plástico rígido.
Resíduos finais	Depositar em recipiente plástico rígido ou de metal com revestimento de saco plástico.

Fonte: Programa de Qualificação dos Pequenos Meio de Hospedagem – SEBRAE, ABIH, IBH, 2011

CONCLUSÃO

É importante que a sequência do quadro acima seja cumprida afim de evitar maiores transtornos quando o material for retirado. Na parte da frente os vasos devem ter os respectivos nomes do material a ser coletado.

A princípio o Manual será impresso com uma primeira tiragem de cinquenta exemplares que serão distribuídos nos empreendimentos hoteleiros e em órgãos oficiais que fazem parte do Turismo em Aracaju, no Manual haverá um endereço de um Blog onde o Manual ficará disponível em formato de PDF. Será disponibilizado também um link para acesso do manual nas páginas dos órgãos oficiais do Turismo.

Serão feitas ações de sensibilização e capacitação com os Gestores hoteleiros e trabalhadores da área para que possam contribuir e se comprometer com a melhoria da qualidade do Meio Ambiente.

Após as ações de sensibilização e capacitação o Manual estará pronto para ser implementado e durante a implementação poderá ser feita avaliações mensais a fim de identificar o que pode ser melhorado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMÂNCIO, R. e GOMES, M. **Ecoturismo e Sustentabilidade**. Monografia de Pós-Graduação. Lavras: UFLA/ FAEPE, 2001.

CAMPOS, L. M. S E LERÍPIO, A. A. **Auditoria Ambiental: Uma ferramenta de gestão.** São Paulo: Atlas, 2009.

COOPER, Chris. **Turismo, princípios e prática**/ Chris Cooper, John Fletcher, SrephenWanhi, David Gilbert e Rebeca Shepherd; trad. Roberto Cataldo Costa – 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2008.

DIAS, Reinaldo. PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de hotelaria e Turismo**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2005.

FERREIRA, José Luiz. **A variável ambiental como componente na classificação da qualidade dos serviços – Hotelaria**. Universidade Federal de Santa Catarina. 1999. UFSC/CPGEP/CTC/UFSC. Florianópolis/SC.

FLORES, Maureen. Confederação Nacional do Comércio. **Coletânea turística**. Rio de Janeiro. CNC, Conselho de Turismo, 2002.

JAPIASSU, H.; MARCONDES, D. Dicionário básico de filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

LAFRENDI, Geraldo Ferreira. **Política Ambiental: busca de efetividade de seus instrumentos**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

LAVOR, C. S. de **Um estudo sobre a normalização e a certificação do turismo no Brasil: situação atual e perspectivas**. 2009. Dissertação (Mestrado) – Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília. Brasília.

NISHIMURA, Jorge.**Turismo: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

NÓBREGA, Wilker. **Turismo:** planejamento e políticas públicas na Amazônia. Rio de Janeiro: E – papers, 2007.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e Planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SALVATI, S. **Certificação em Turismo**. Brasília: WWF-Brasil, 2001.

SEATON, A. V. Tourismeducation in the 1990´s – Business, scienseorhumanity? In: BRATON, F e RICHIE, J (orgs). New horizon in tourismandhospitalityeducation, training andresearch. Londre: Proceedings, 1991. pp. 427 – 438.

Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/5f636c398cc5a7d018b1e756656955fa.pdf. Acessado em 02 de setembro de 2018.

CADASTUR: Disponível em: https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/sou-turista/inicio. Acessado em 15/09/2018.

Disponível em: http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Entenda?tipo=1. Acessado em 15/09/2018.

Disponível em: http://www.icmbio.gov.br/portal/protecao1/fiscalizacao-ambiental. Acessado em 15/09/2018.



ANÁLISE DE PROGRAMAS DE FINANCIAMENTO E INVESTIMENTOS PÚBLICO E PRIVADO PARA O TURISMO EM ARACAJU/SE

Jessica Dos Santos[97]
Rosangela Vilela Sobral Silva[98]
Valéria Ribeiro[99]
Joab Almeida Silva [100]

RESUMO

Este artigo propõe identificar os programas de financiamento e investimentos públicos e privados do mercado turístico no âmbito nacional, estadual e municipal, a fim de compreender de que maneira são aplicados na cidade de Aracaju/SE, com foco no segmento do turismo cultural. Os procedimentos metodológicos utilizados foram: levantamento bibliográfico e análise do Programa de Desenvolvimento do Turismo, o PRODETUR; pesquisa secundária através da análise de documentos que trazem informações sobre os investimentos turísticos aplicados a Aracaju/SE, a exemplo do PRODETUR/NE I e PRODETUR NACIONAL. Também se fez necessária a descrição das linhas de financiamentos que são disponibilizadas para empresas de pequeno, médio e grande porte que tem pretensão de trabalhar no setor turístico, apresentada na etapa dos resultados e discussões. Como resultado da pesquisa, compreende-se que o setor turístico da cidade de Aracaju foi beneficiado pelos programas PRODETUR NE I e PRODETUR NACIONAL, com investimentos no setor público que contribuíram para a melhoria da infraestrutura de apoio ao turismo e fortalecimento da cultura popular. Com relação aos investimentos, entende-se que alguns equipamentos que receberam recursos, não estão em atividade ou não foram finalizados, o que prejudica a continuidade do desenvolvimento turístico da cidade. A pesquisa obteve limitações relacionadas a divergência de informações disponíveis nos sites oficiais que apresentavam dados dos investimentos. Foi possível refletir que apesar dos benefícios gerados pelos programas, a quantidade de investimentos ainda é insuficiente para a diversidade de gargalos nno segmento de turismo cultural em Aracaju.

Palavras-chave: Turismo Cultural. Programas de financiamento. Investimentos.

ABSTRACT

This article proposes to identify public and private tourism financing and investment programs at the national, state and municipal levels in order to understand how they are applied in the city of Aracaju / SE, focused on the cultural tourism segment. The methodological procedures used were: bibliographical survey and analysis of the Tourism Development Program, PRODETUR; secondary research through the analysis of documents that provide information on the tourist investments applied to Aracaju / SE, such as PRODETUR / NE I and PRODETUR NACIONAL. It was also necessary to describe the lines of financing that are available to small, medium and large companies that intend to work in the tourism sector, presented at the stage of results and discussions. As a result of the research, it is understood that the tourism sector of the city of Aracaju was benefited by the programs PRODETUR NE I and PRODETUR NACIONAL, with investments in the public sector that contributed to the improvement of infrastructure to support tourism and strengthen popular culture. Regarding the investments, it is understood that some equipment that received resources, are not in activity or have not been finalized, what harms the continuity of the tourist development of the city. The research obtained limitations related to the divergence of information available on the official websites that presented investment data. It was possible to reflect that despite the benefits generated by the programs, the amount of investments is still insufficient for the diversity of bottlenecks in the cultural tourism segment in Aracaju.

Keywords: Cultural Tourism. Financingprograms. Investments.

[97]Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe. E-mail: jessicasantos9703@gmail.com.
[98]Mestranda em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe (IFS); Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: rosangelaavilela@gmail.com.
[99]Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe; Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa Planejamento e Turismo-PLANTUR. E-mail: valeriia.ribeiiro@gmail.com.
[100]Doutorando em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe (UFS); Docente vinculado ao Departamento de Turismo. E-mail: joab.turismo@hotmail.com

INTRODUÇÃO

O turismo pode ser entendido como uma atividade econômica, devido às viagens turísticas que com o passar do tempo ocuparam lugar de destaque nas relações econômicas, sociais e políticas (LAGE; MILONE, 1991) . Essas relações se manifestam através das motivações que são construídas, dos deslocamentos, períodos de permanência dos turistas no destino, meios de hospedagem e outros equipamentos, além das interações sociais. O turismo é caracterizado ainda por um tipo de serviço à disposição dos homens da sociedade industrial moderna e passou a integrar a vida de todas as nações para contribuir de forma significativa em todos os setores, o que foi imprescindível para as atividades econômicas do século XX.

Entretanto, o turismo não é apenas reconhecido pelas viagens que são realizadas, mas também pelo conjunto de atividades econômicas que envolvem todo o processo de deslocamento. Os autores Lage e Milone (2006) traz a ideia que são diversas as possibilidades de empregar os recursos produtivos, para a produção de bens e serviços que podem ser utitlizados de forma correta e sustentável.

O turismo como atividade econômica é definido a partir da perspectiva da demanda, ou seja, como resultado do consumo dos visitantes. Diferenças de perfil e motivação dos turistas e de condições natural e econômica do lugar visitado implicam em conjuntos diferentes de produtos consumidos. Devido a isso, o turismo passa por inovações constantes em relação à competitividade dos mercados e das exigências da demanda.

A economia do turismo é o estudo de como a sociedade emprega recursos escassos e de usos alternativos para produzir bens e serviços que se destinam a satisfazer necessidades das pessoas. No que se refere ao deslocamento em relação aos seus locais de moradia ou de trabalho, o objetivo é desfrutar de repouso, esporte, cultura, religiosidade, lazer e entretenimento. (CARVALHO, 2002, p. 13 apud CARVALHO; VASCONCELLOS, 2006, p. 09).

Para contribuir com o desenvolvimento e fortalecimento da atividade turística, principalmente no que se refere ao aumento da economia, o setor público e privado utiliza de programas de financiamentos e linhas de créditos para aprimorar os bens e serviços turísticos e a qualidade de vida do destino.

Desta maneira, o presente trabalho buscou identificar os programas de financiamento e investimentos do mercado turístico no âmbito nacional, estadual e municipal para compreender de que maneira são aplicados na cidade de Aracaju/SE, principalmente a partir do segmento do

turismo cultural. O interesse em trabalhar essa temática surgiu com intuito de perceber se "os programas de financiamentos públicos e privados contemplam o segmento do turismo cultural em Aracaju/SE".

A fim de responder a pergunta norteadora da pesquisa, os procedimentos metodológicos utilizados na execução do presente artigo foram levantamento bibliográfico e compreensão do Programa de Desenvolvimento do Turismo, o PRODETUR; pesquisa secundária através da análise de documentos que trazem informações a cerca dos investimentos que existiram/existem para Aracaju/SE, como exemplo do PRODETUR/NE I e PRODETUR NACIONAL. Também se fez necessária a descrição das linhas de financiamentos que são disponibilizadas para empresas de pequeno, médio e grande porte que tem pretensão de trabalhar no setor turístico, que é apresentada na etapa dos resultados e discussões.

PROGRAMAS RELACIONADOS AO TURISMO: O PRODETUR.

O Programa de Desenvolvimento do Turismo - PRODETUR é destaque como linha de financiamento e critério de política pública de desenvolvimento do turismo nos estados brasileiros, desde meados da década 1990, quando se iniciou a pesquisa acerca das atividades que oferecessem competitividade no processo de desenvolvimento da região Nordeste, e desde então suas intervenções foram transformadas para uso do espaço turístico. O programa foi criado com o plano “Brasil em Ação” que buscava a expansão da atividade turística de forma planejada, a partir de macro estratégias de procedimentos previamente estabelecidos e o aumento da participação do turismo na economia. O programa entrou em vigor no ano de 1994, como Prodetur/NE I.

Paiva (2010, p. 198) definiu o programa como

> Um megaprojeto de investimentos adequado a um ambiente competitivo, em que os investimentos são internacionalizados não somente os públicos, mas os privados a partir da integração do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), que participa deles ao lado do Banco do Nordeste (BNB), seu órgão executor. O programa é baseado em uma abordagem de autossustentabilidade e num moderno gerenciamento que supõe planejamento participativo e estratégico. Entende-se que somente a consciência das condições de interdependência entre governo federal, governos estaduais e municipais, capital internacional, empresas e organizações não-governamentais (ONGs) torna possível à percepção por parte dos vários atores do processo que ora prevalece no turismo nordestino. Por sua vez, a estrutura de gerenciamento adotada vem atender a demandas sociais, o que requer mecanismos participativos e de gestão das políticas urbanas, considerando que o programa ora analisado se caracteriza como tal.

O programa de desenvolvimento do Turismo do Nordeste foi dividido em duas fases: Prodetur/NE I e II. A primeira teve início em 1994 com o objetivo de criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística e melhoria da qualidade de vida das populações dos municípios alcançados. Na fase I foram privilegiadas: a infraestrutura de saneamento básico e de suporte ao turismo; instalação ou ampliação de aeroportos; urbanização de áreas turísticas; centro de convenções; recuperação do patrimônio histórico; bem como um aquecimento da economia das localidades Turísticas. O aporte de recursos de investimentos totalizou US$ 670 milhões para a região nordeste do Brasil.

Com o sucesso das fases iniciais do programa foi criado no Ministério do Turismo o Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR NACIONAL) que engloba os citados programas e estende-se às outras regiões brasileiras. O objetivo principal do Prodetur Nacional é fortalecer a Política Nacional de Turismo e consolidar a gestão turística de modo democrático e sustentável, com o alinhamento de investimentos regionais, estaduais e municipais ao modelo de desenvolvimento turístico nacional, a fim de promover a geração de emprego e renda, em especial para a população local (BRASIL, 2015). Por isso a relevância do Programa como política pública, quando o MTur resolve melhorar o suporte aos estados e municípios que pleiteavam o financiamento com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), agência multilateral, financiadora e criadora do programa, responsável pela definição de critérios e operações de empréstimos.

Em 2018, no âmbito da política nacional de turismo, por meio do Ministério do Turismo, o nome PRODETUR é incorporado a marca *+Turismo*, dando origem ao **PRODETUR***+Turismo*, neste caso, para viabilizar operações de crédito para o poder público com agentes financeiros nacionais, notadamente o BNDES. Esta versão do Prodetur + turismo se propõe a identificar e qualificar as ações priorizadas, como indutoras do desenvolvimento do turismo nacional com a estruturação de destinos e fortalecimento de produtos e equipamentos turísticos, para a geração de empregos, renda e inclusão social de forma sustentável.

No MTur, o Prodetur possui como diferencial, o apoio aos entes públicos no acesso a recursos provenientes de financiamentos nacionais e internacionais, cujos projetos estejam pautados por prévios processos de planejamento dos territórios priorizados, que objetivem diagnosticar os fatores relacionados à competitividade das áreas turísticas no mercado nacional e internacional e ao impacto econômico e social para a população local (Brasil, 2018).

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Um dos principais resultados deste trabalho foi a identificação das linhas de financiamentos disponíveis para a atividade turística e os investimentos do setor em Aracaju, a partir da pesquisa em documentos e sites da internet que apresentam os financiamentos e investimentos relacionados à atividade turística, evidenciando a importância do Prodetur diante do montante aplicado.

No setor público, o financiamento do Prodetur/NE I contribuiu para a finalização da terceira tapa da Orla de Atalaia, a construção do Terminal de Passageiros do Aeroporto Santa Maria, revitalização do Centro Histórico de Aracaju, restauração dos Mercados Antônio Franco e Thales Ferraz, além do desenvolvimento de projetos institucionais. No âmbito privado, as linhas de financiamento são disponibilizadas por bancos como Banco do Brasil, Caixa Econômica e Banco do Nordeste com o intuito de facilitar o acesso ao crédito e fortalecer as atividades do turismo através do financiamento de bens, equipamentos e serviços relacionados à atividade turística.

Esses financiamentos são complementares ao PRODETUR, visto que o primeiro é destinado ao setor público, enquanto os financiamentos disponibilizados pelos bancos são destinados a empresas privadas que exercem alguma atividade turística e pretendem adquirir linhas de crédito para o desenvolvimento do empreendimento. Com o levantamento realizado foi possível construir o Quadro 1 que apresenta sete linhas de financiamento com seus respectivos bancos operadoras e suas aplicações.

QUADRO 1: LINHAS DE FINANCIAMENTO

LINHAS DE FINANCIAMENTO			
SIGLA	**SIGNIFICADO**	**BANCOS OPERADORES**	**VALOR POR EMPRÉSTIMO**
FUNGETUR	Fundo Geral de Turismo	Caixa Econômica Federal	R$ 400.000,00 (mínimo); R$ 10.000.000,00 (máximo).
PROGER	PROGER Turismo Investimento	Banco do Brasil Caixa Econômica Federal Banco da Amazônia	Até R$ 300 mil para empresas com faturamento bruto anual de até R$ 3 milhões. Até R$ 400 mil para empresas com faturamento bruto anual entre R$ 3 milhões e R$ 5 milhões, já incluído capital de giro associado.
FNE	Programa de Apoio ao	Banco do Nordeste	Pequena-média empresa acima de 4.800.000,00 até 16.000.000,00, média

	Turismo Regional		empresa acima de 16.000.000,00 até 90.000.000,00 e grande empresa acima de 90.000.000,00.
BNDES AUTOMÁTICO	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	Banco do Brasil Caixa Econômica Federal Banco da Amazônia Banco do Nordeste	Até R$ 10 milhões.
CARTÃO BNDES	-	Banco do Brasil Caixa Econômica Federal	Crédito rotativo, pré-aprovado, de até R$ 250 mil, para compra de bens pela Internet.
PROGER Urbano Empresarial	-	Banco do Brasil	N/I
FNE-PROATUR	Programa de Apoio ao Turismo Regional	Banco do Nordeste	Pequena – média empresa: Acima de 4.800.000,00 até 16.000.000,00. Média empresa: Acima de 16.000.000,00 até 90.000.000,00. Grande empresa: Acima de 90.000.000,00

Fonte: BRASIL, 2008 (adaptado pelos autores).

Além do financiamento de bens e serviços turísticos definidos pelo Ministério do Turismo, com os programas FUNGETUR, BNDES Automático e PROGER Urbano Empresarial, as linhas também têm por objetivo o financiamento de projetos do setor para a geração de emprego e renda com o PROGER, a aquisição de produtos pela internet com o Cartão BNDES, o financiamento para implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos do setor turístico na região Nordeste, através do FNE e o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo, a partir das potencialidades de cada região, com o FNE-PROATUR.

Já com relação aos investimentos, o Estado de Sergipe, considerado um dos estados mais ricos em cultura, premiado pelo MTur em 2015 como o destino que mais investiu no segmento (mensurado pelos investimentos em reestrutruação física de equipamentos culturais) busca investimentos nos programas que são disponibilizados nacionalmente para fortalecer a valorização da cultura na sociedade, desenvolver a atividade turística do estado, aumentar a economia local e o sentimento de pertencimento nas comunidades.

Foram selecionados investimentos recentes e significativos no município de Aracaju, onde a somatória dos investimentos feitos tem o montante de cerca de 56 milhões de reais nos últimos seis anos. Os investimentos foram destinados para a reforma dos seguintes atrativos: Reforma do Centro de Convenções, revitalização do Complexo Turístico, requalificação da Praça dos Expedicionários; sinalização Turística; Museu da Gente Sergipana; Largo da Gente Sergipana; Reforma do Centro de Criatividade; Ampliação e Reforma do Aeroporto de Aracaju.

As informações apresentadas no quadro 2 foram coletadas no aplicativo do programa Avançar, projeto do Governo Federal focado na retomada de obras em todo o país, a fim de oferecer mais crescimento e cidadania para os brasileiros, apresenta os investimentos direcionados ao município de Aracaju, assim como o valor liberado para cada obra.

QUADRO 2: INVESTIMENTOS RELACIONADOS AO TURISMO EM ARACAJU/SE

INVESTIMENTOS RELACIONADOS AO TURISMO EM ARACAJU/SE			
INVESTIMENTO	**ÓRGÃO RESPONSÁVEL**	**EXECUTOR**	**VALOR DO INVESTIMENTO**
Reforma e ampliação do Centro de Convenções	MTUR	Estado	R$ 9.045.092,40
Revitalização do Complexo Turístico	MTUR	Estado	R$ 1.537.826,50
Requalificação da Praça dos Expedicionários	M. Cultura	Município	R$ 269.923,07
Sinalização Turística	MTUR	Município	R$ 985.688,50
Largo da Gente Sergipana	M. Cultura	Instituto Banese	R$ 6.425.530,80
Museu da Gente Sergipana	M. Cultura	Instituto Banese	R$ 22.000.000,00
Reforma do Centro de Criatividade	M. Cultura	Secretaria de Cultura	R$3.900.000,00
Ampliação e Reforma do Aeroporto de Aracaju	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil.	Infraero	R$ 14.100.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores,2018, com base das informações do Programa AVANÇAR.

Dos oito investimentos elencados, cinco estão relacionados à cultura do município, são eles: Revitalização do Complexo Turístico, Requalificação da Praça dos Expedicionários, Largo da Gente Sergipana, Museu da Gente Sergipana e Reforma do Centro de Criatividade. Dentre esses, destaca-se a requalificação da Praça dos Expedicionários, localizada no bairro Getúlio Vargas, Aracaju/SE, que teve sua requalificação entregue em 2017.

O investimento para a obra foi oriundo do Ministério da Cultura, com o valor de 250 mil reais. O site do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) afirma a sua participação ativa no investimento, entretanto consta que o valor investido foi de cerca de 1,1 milhão de reais. A obra foi a primeira a ser entregue pelo programa AVANÇAR do Governo Federal. (BRASIL, 2017).

Apesar da pesquisa apresentar atrativos culturais que receberam investimentos significativos, em virtude da gama de atrativos culturais, é importante frisar a necessidade de mais investimentos que contribuam para a valorização da cultura local.

CONCLUSÃO

A intenção deste trabalho foi identificar os programas de financiamento e os investimentos destinados à Aracaju/SE, para perceber se estes contemplam o segmento do turismo cultural no município em questão. Ao realizar a análise verificou-se que o setor turístico da cidade de Aracaju foi amplamente beneficiado pelos programas PRODETUR NE I e PRODETUR NACIONAL, com investimentos no setor público que contribuíram para a melhoria da infraestrutura de apoio ao turismo, fortalecimento da cultura popular através da revitalização do Centro Histórico de Aracaju e da revitalização dos Mercados Centrais e desenvolvimento econômico junto às empresas turísticas na busca de geração de emprego e renda.

No setor privado existem diversos programas destinados ao turismo, que são realizados por bancos através das linhas de financiamento. Entretanto, não foi localizada a execução desses programas no município de Aracaju destinados ao turismo cultural ou a outros segmentos, ou ainda, demonstram finalidade cultural, mas são financiados equipamentos de apoio como meios de hospedagem, bares, restaurantes, entre outros.

Com relação aos investimentos é possível perceber ainda a carência de investimentos destinados ao turismo cultural, apesar do quadro informativo apresentar a realização de cinco investimentos. Alguns equipamentos que receberam recursos, não estão em atividade ou não foram finalizados, prejudicando o desenvolvimento turístico na cidade. O fato da reforma e

ampliação do Centro de Convenções não ter sido concluído limita a captação de eventos de grande porte para o município. O setor privado tem uma movimentação financeira em operações de financiamento tão relevante quanto o setor público, demonstrando que o turismo é uma atividade em desenvolvimento, entretanto não foi possível identificar investimentos complementares dirigidos a gestão da cultural, limitando-se a infraestrutura de equipamentos culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INICIADAS obras do Novo Centro de Convenções de Sergipe. **A8SE**. Aracaju, 20 jul. de 2018. Disponível em: https://a8se.com/sergipe/noticia/2018/07/142551-iniciadas-obras-do-novo-centro-de-convencoes-de-sergipe.html. Acesso em: 15 ago. 2018.

BARRETO, L. Reforma do Centro de Turismo é inaugurada em Aracaju. Aracaju, 17 fev. 2018. **Rádio Fan F1.** Disponível: http://fanf1.com.br/reforma-do-centro-de-turismo-e-inaugurada-em-aracaju/. Acesso em: 15 ago. 2018.

BRASIL, Ministério da Cultura. MinC entrega em Aracaju primeira obra do Programa Avançar. Brasília, 24 nov. 2017. **Ministério da Cultura.** Disponível em: http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/minc-entrega-em-aracaju-primeira-obra-do-programa-avancar/10883. Acesso em: 15 ago. 2018.

BRASIL, Ministério do Turismo, **Estudo de Competitividade do Turismo Brasileiro**. Brasília, 2005. 149 p.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de financiamento para o Turismo:** Linhas de crédito para micro, pequena e média empresas. Brasília, 2008. 9 p.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Prodetur**. Brasília, 12 mai. 2016. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/programas/6204-prodetur-2.html. Acesso em: 17 ago. 2018

BRASIL, Ministério do Turismo. **Prodetur**. Brasília, 02 jun. 2015. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/programas/5066-prodetur.html. Acesso em: 15 ago. 2018.

CARVALHO, L. C. P.; VASCONCELLOS, M. A. S. **Introdução à Economia do Turismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

VOCÊ conhece as manifestações culturais do Largo da Gente Sergipana? Aracaju, 15 mar.2018. **Expressão Sergipana.** Disponível em: http://expressaosergipana.com.br/voce-conhece-as-manifestacoes-culturais-do-largo-da-gente-sergipana/. Acesso em: 15 ago. 2018.

GUIA Turismo Acessível. **Turismo Acessível.** Disponível em: http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/linhasDeCredito.mtur. Acesso em: 08 ago. 2018.

LAGE, B. H. G; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1991.

LAGE, B. H. G; MILONE, P. C. **Turismo na Economia**. São Paulo, SP: Aleph, 2006.

MUSEU da Gente Sergipana. **Apresentação Museu.** 2011. Disponível em: http://www.museudagentesergipana.com.br/. Acessado em: 15/08/2018.

PAIVA, M. G. M. V. Análise do Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (Prodetur/NE) na perspectiva do planejamento estratégico. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, vol. 44, n. 2, p.197-213, mar./abr. 2010.

SANTIAGO, A. Reforma da segunda etapa do Centro de Criatividade está 55% concluída. **Click Sergipe.** Aracaju, 27 nov. 2017. Disponível em: http://www.clicksergipe.com.br/cotidiano/6/36139/reforma-da-segunda-etapa-do-centro-de-criatividade-esta-55-concluida.html. Acesso em: 15 ago. 2018.

SERGIPE. Polo Costa dos Coqueirais. **Revisão do plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável –** Versão final do PDTIS. Vol. II Documento técnico. Ministério do Turismo; Banco do Nordeste; Governo de Sergipe, Aracaju.

SILVA, C. Aracaju vai ganhar placas novas de sinalização turística. **Fan F1.** Aracaju, 12 mar. 2018. Disponível em: http://fanf1.com.br/aracaju-vai-ganhar-placas-novas-de-sinalizacao-turistica/. Acesso em: 15 ago. 2018.

III SEMINÁRIO NACIONAL TURISMO UFS
Turismo e Transformação Digital
V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC
Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

GT 05:

DESENVOLVIMENTO, TURISMO CRIATIVO E COMUNIDADES

Coordenação:

Prof.ª Dra. Daniella Pereira - Departamento de Turismo/UFS

Prof.ª Dra. Lillian Maria de Mesquita Alexandre - Departamento de Turismo/UFS

ROTA RURAL DAS SENSAÇÕES NOS MUNICÍPIOS DE ARACAJU, BARRA DOS COQUEIROS E SANTO AMARO DAS BROTAS – SE

Ellen Monique Carvalho Fonseca[101]
Daniella Pereira de Souza Silva[102]

RESUMO

Ao identificarmos a carência de rotas rurais em Sergipe, ao mesmo tempo em que verificamos a existência de atrativos turísticos que poderiam ser mobilizados em favor da estruturação de um novo produto turístico, entendemos que a Rota Rural das Sensações tem potencial para promover vivências no espaço rural dos municípios envolvidos, aumentar o fluxo de turistas que buscam experiências diferenciadas e valorizar o potencial local. Por esta razão, propomos nesta comunicação uma rota que enfatiza a experiência rural, e para isso contempla vivências com: a produção extrativista e manufaturada das mulheres que integram o projeto social conhecido como Catadoras de Mangaba no município de Barra dos Coqueiros; o passeio histórico cultural nas embarcações conhecidas por Tototós que ligam os municípios de Aracaju a Barra dos Coqueiros; e a rotina na comunidade rural do assentamento da Fazenda Pôr do Sol. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica fundada nos conceitos de roteiro e rota turística e turismo rural, observação direta para diagnosticar os atrativos e equipamentos turísticos integrantes da rota e aplicação de questionário com os responsáveis por cada atrativo/equipamento turístico. Como resultado final, apresentamos a Rota Rural das Sensações que pode ser realizada em apenas um dia, mas com potencial para pernoite devido aos alojamentos existentes na Fazenda Pôr do Sol. É, portanto, um produto turístico que se for apropriado pelos canoeiros, pelas catadoras e pelos assentados da Fazenda Pôr do Sol, poderá favorecer o desenvolvimento local por meio da geração de renda complementar, da melhoria da qualidade de vida, do fortalecimento da identidade local e do sentimento de pertencimento, princípios que favorecem o conceito de experiência, interação e trocas entre visitantes e visitados.

Palavras - chave: Rota Rural das Sensações. Experiência. Turismo.

RESUMEN

Al identificar la carencia de rutas rurales en Sergipe, al mismo tiempo que verificamos la existencia de atractivos turísticos que podrían ser movilizados a favor de la estructuración de un nuevo producto turístico, entendemos que la Ruta Rural de las Sensaciones tendría potencial para promover vivencias en el espacio rural de los municipios involucrados, aumentar el flujo de turistas que buscan experiencias diferenciadas y valorizar el potencial local. Por esta razón, proponemos en esta comunicación una ruta que enfatiza la experiencia rural y, para ello, contempla vivencias con: la producción extractivista y manufacturada de las mujeres que integran el proyecto social conocido como Catadoras de Mangaba, en el municipio de Barra dos Coqueiros; el paseo histórico-cultural en las embarcaciones conocidas por Tototós que unen los municipios de Aracaju a Barra dos Coqueiros; y la rutina en la comunidad rural del asentamiento de la Hacienda Pôr do Sol. En este sentido, la metodología utilizada, fue la revisión bibliográfica fundada en los conceptos de itinerario y ruta turística y turismo rural, observación directa para diagnosticar los atractivos y equipamientos turísticos integrantes de la ruta y aplicación de cuestionario con los responsables de cada atractivo / equipamiento turístico. Como resultado final, presentamos la Ruta Rural de las Sensaciones, que puede ser realizada en apenas un día pero con potencial para pernoctar debido a los alojamientos existentes en la Fazenda Pôr do Sol. Es, por lo tanto, un producto turístico que sea apropiado por los caninos, por las catadoras y por los asentados de la Hacienda Puesta del Sol, podrá favorecer el desarrollo local, a través de la generación de ingresos complementarios, de la mejora de la calidad de vida, del fortalecimiento de la identidad local y del sentimiento de pertenencia, principios que favorecen el concepto de experiencia, interacción y intercambios entre visitantes y visitados.

Palabras clave: Ruta Rural de las sensaciones. Experiencia. Turismo.

[101] Mestranda em Turismo (PPMTUR/IFS), Especialista em Planejamento do Turismo (DTUR/UFS), Turismologa (Universidade Tiradentes). e-mail: ellenmoniquetur@hotmail.com
[102] Doutorado em Geografia (PPGEO/UFS), Professora Doutora do Departamento de Turismo (DTUR/UFS). Líder do PLANTUR – Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento. E-mail: daniellapss@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Em Sergipe se tem poucas opções de rotas de turismo rural entretanto, quando são propostas, comportam-se como uma possibilidade de renovar as opções daquelas já desenvolvidas no Estado. O que encontramos nessa área são alguns equipamentos que tem valorizam a ambiência rural, mas que na maioria das vezes não se aprofunda na proposta efetiva de valorização da ruralidade. Além disso, é comum a baixa participação da comunidade e por vezes, uma forma de operar que mais explora do que protege o espaço rural, sendo assim, contrárias às propostas sustentáveis.

Diversos fatores contribuíram para a inserção do turismo no espaço rural, a exemplo da desagregação das sociedades rurais, da intensificação da globalização e da modernização da agricultura, que desencadearam várias crises no espçao agrário. Neste cenário, os produtores rurais tiveram que se adaptar a estas transformações e buscaram alternativas sócioeconômicas, que iam além das atividades no campo sem que afetasse a produção agrícola, iniciando assim, o desenvolvimento do turismo no espaço rural (BRASIL, 2010).

Em uma população com grupos sociais distintos que indicam identidade cultural e coesão social, cultural e territorial, os empreeendedores são essenciais nesta iniciativa de receber os turistas nas suas propriedades rurais, investindo no turismo por meio de seus empreendimentos familiares (SOUZA, 2008). Neste sentido, buscou-se propor uma rota que priorizasse a experiência tomando como base elementos próprios da ruralidade e contemplando: a) a produção *in natura* dos produtos em pequena escala das Catadoras de Mangaba da Barra dos Coqueiros; b) o passeio histórico–cultural nos Tototós[103]; e c) a vida na comunidade rural da Fazenda Pôr do Sol, transformando estes recursos em oferta turística diferenciada. Esta linha de pensamento reforça a necessidade de construir uma rota de turismo rural em Sergipe, promovendo a experiência turística, apresentando a ruralidade local e contribuindo para o aumento do fluxo de turistas, especialmente no tocante a este segmento.

Assim, o objetivo desse projeto é elaborar uma proposta de rota pelos rios Sergipe e Poxim navegando nas Tototós e que será diferenciada da que atualmente é comercializada pelo *trade* turístico que envolve apenas a navegação entre Aracaju e Barra dos Coqueiros. Essa rota possibilita contribuir para a diversificação da oferta de produtos turísticos, ao tempo em que revaloriza e preserva este patrimônio, que são as Tototós e que fazem parte da paisagem

[103] As Tototós levam esse nome por serem embarcações de madeira movidas a motor de popa, cujo som característico motivou o seu nome.

cultural aracajuana, mas que ainda não se inseriram efetivamente na atividade turística para oportunizar novas possibilidades de emprego e renda.

Para concretizar a rota, o primeiro passo foi a escolha do objeto e da temática, chegando-se ao entendimento de que uma contribuição mais efetiva seria feita se conjugasse o segmento do turismo rural com uma abordagem voltada para o turismo de experiência. Aracaju e sua região metropolitana possuem uma fisiografia adequada para a execução de roteiros náuticos: clima tropical, rios navegáveis, manguezais, coqueirais, tabuleiros, além da paisagem histórica, arquitetônica e urbanística. Por esta razão, a incoporação das Tototós se mostrou estratégica. Ao se concretizar essa proposta de rota com a incorporação das Tototós, espera-se que o turismo aracajuano tenha uma melhor qualidade e agregue valor no uso turístico dos seus recursos fluviais.

Segundo o historiador Amâncio Cardoso (2015), o meio de transporte tradicional em Aracaju e Barra dos Coqueiros e que foi registrado como Patrimônio Cultural Imemorial[104] do Estado pelo Decreto nº 7030, de 20 de dezembro de 2011 são as Tototós. Esse título agrega valor ao ofício dos canoeiros, à embarcação e ao passeio, além de fazer interface com uma economia mais sustentável, porque não propõe o uso de embarcações que criem impactos negativos nas vias fluviais (congestionamento, alta velocidade, acidentes), e reaproveita o uso de barcos tradicionais, utilizados por pequenos empreendedores, os quais podem buscar no turismo uma alternativa de sobrevivência socioeconômica. Desse modo, o turismo aracajuano poderá usar seus recursos fluviais com as Tototós sem causar impactos ambientais ao mesmo tempo em que contribui para a preservação de um patrimônio cultural reconhecido oficialmente, cuja relação com a população aracajuana se prolonga por muitas décadas.

Para a elaboração da rota, foram aplicadas técnicas de roteirização turística, observação de campo e registro fotográfico para ilustrar os dados da pesquisa referentes à paisagem urbana, natural e atrativos, equipamentos e serviços turísticos ao longo da rota planejada. Mas nenhuma destas técnicas de coleta de dados desprezou a importância do levantamento bibliográfico.

A ênfase do levantamento bibliográfico foi na discussão sobre rota turística e turismo rural. O passo seguinte foi o de coleta de dados em campo por meio da visitação à Associação dos Barqueiros, à Fazenda Pôr do Sol e à Associação de Catadoras de Mangaba do Povoado Capoã, no

[104] Há uma polêmica em torno deste termo "Imemorial", que na interpretação de alguns dirigentes da ASTOTOTÓS – Associação dos Canoeiros e Usuários de Tototós do Estado de Sergipe, significa que não tem memória. Providências vêm sendo tomadas no sentido de retificar esta terminologia, não obstante a intenção tenha sido de reconhecer e valorizar um meio de transporte de valor histórico e afetivo da populaçãp sergipana.

município de Barra dos Coqueiros. Neste momento foram colhidas informações sobre a instituição a partir de documentos des arquivos próprios dos entrevistados e conversas com os responsáveis/gestores. Isso possibilitou tornar mais claro como os futuros parceiros do projeto poderão se inserir com a possibilidade de uma capacitação dos mesmos para atuarem no turismo.

Em seguida, foram inventariados atrativos, equipamentos e serviços no entorno da rota, a exemplo de museus/memoriais, parques, praças/avenidas, restaurantes, delegacia, atracadouro, feira e mercado público, praias fluviais, clubes náuticos e desportivos, entre outros, os quais foram listados como atrativos que serão incorporados à narrativa de descrição da paisagem durante o momento do passeio fluvial. Serão apresentados por um guia de turismo a bordo da embarcação ou fora dela quando os turistas estiverem nos terminais de embarque/desembarque. Foi necessário também utilizar um cronômetro para estipular o tempo para o cumprimento da rota. Por fim, foram aplicados questionários junto aos condutores, proprietários e fabricantes das Tototós.

DESENVOLVIMENTO

Entre os poucos conceitos de rotas encontrados no levantamento bibliográfico, o conceito de Djukitch (1986 apud BAHL, 2004, p. 41), assemelha-se muito àqueles encontrados em dicionários, que definem rota como rumo, caminho e itinerário. Em outras palavras, essas rotas auxiliam na formação do conceito desde que esteja associado a um tema, e também enfatiza que o termo é utilizado para designar os itinerários turísticos planejados e destinados aos turistas.

O conceito mais recente sobre rota encontrado, pertence ao MTUR (BRASIL, 2007) que o expressa no documento Cartilha de Roteirização. Diferenciando dos outros, o do MTur foi o que mais se aproximou e delineou a definição de rota pois faz menção ao percurso, embora não mencione como deva ser realizado este trajeto. O MTur também faz referência à rota como um percurso capaz de atribuir identidade à atividade turística, na medida em que pressupõe a existência de atrativos turísticos que devem ser contextualizados historicamente, uma vez que expressa que os turistas devem percorrer caminhos antes percorridos por outros personagens históricos. Esses caminhos acabam tornando-se rotas turísticas exploradas pelos visitantes. Outras afirmações dizem que a rota possui um início e um fim e que esses pontos devem ser seguidos obedecendo a uma sequência de atrativos visitados.

Paralelamente, este tipo de turismo pode proporcionar novas experiências ao turista, como por exemplo: consumir pratos feitos a partir de produtos da terra, e produzir produtos agrícolas promovendo também mudanças no comportamento das pessoas, no modo de se relacionar entre si e na percepção dos seus valores, das suas necessidades e dos seus costumes (SOUZA et. al. 2008).

Por esta razão, foi fundamental realizar um sucinto diagnóstico utilizando-se a ferramenta da Análise S.W.O.T (Strenght, Weakness, Oportunity, Threatness) para se verificar a viabilidade da rota, identificar as suas falhas para então fazer a proposição do trajeto, já que a proposta envolve três comunidades de regiões distintas, porém com o objetivo de manter vivas as suas tradições e contribuir com a promoção da sustentabilidade destas comunidades.

QUADRO 1: ANÁLISE SWOT

FORÇAS	**OPORTUNIDADES**
• Localização do ponto onde saem as embarcações Tototós no centro de Aracaju, próximo ao centro histórico e mercados; • Os três municípios ficam às margens do Rio Sergipe; • Paisagem natural na beira do rio; • Visão diferenciada do centro histórico de Aracaju; • As mangabeiras são reconhecidas como árvores frutíferas tipicamente sergipanas; •	• Baixo custo do passeio; • As Tototós são tombadas como patrimônio de Sergipe; • Agências de viagens já utilizam as Tototós para passeios pelo rio Sergipe, o que confere familiarização dos canoeiros com a atividade.
FRAQUEZAS	**AMEAÇAS**
• A baixa participação da comunidade; • A baixa qualidade no atendimento; • Falta de entendimento entre os donos de embarcações com relação ao valor a ser cobrado no passeio; • Falta de disponibilidade das Catadoras de mangaba, por desenvolverem a produção dos produtos; • Atual desinteresse do mercado turístico pela Fazenda Pôr do Sol;	• Baixa temporada; • Meses de chuva; • Falta de interesse das agências de receptivo em um passeio ampliado; • Falta de apoio dos órgãos locais de turismo; • Falta de divulgação; • Falta de entendimento entre os interessados no projeto.

Fonte: Ellen Monique, 2018.

Devido ao que foi elencado no Quadro 1 acima, a proposta de rota que segue abaixo somente será possível de ser concretizada se houver de fato interesse e engajamento dos parceiros e dos munícipios onde estão inseridos os estabelecimento e serviços, já que é um

trabalho integrado e depende da participação de todos, cada um exercendo seu papel para bem receber os visitantes.

QUADRO 2: PROPOSTA DA ROTA RURAL DAS SENSAÇÕES

Horário	Trajeto/Atividade	Duração/Parada
8h00min	- Saída do hotel em direção ao atracadouro das Tototós;	
8h30min	- Chegada do grupo no atracadouro dos Tototós e início da Rota Rural das Sensações pelo Rio Sergipe; - Contemplação do centro histórico de Aracaju visto do Tototó; ○ Mercados Thales Ferraz, Antônio Franco e Maria Virginia Leite Franco; ○ Terminal pesqueiro de Aracaju; ○ Orlinha do Bairro Industrial; ○ Ponte Construtor João Alves; ○ Morro do Urubu/ Parque da Cidade; - Contemplação do centro histórico da Barra dos Coqueiros visto de Tototó; • Obra de instalação de energia eólica; • Casas de pescadores/palafitas; • Barcos pesqueiros; • Orla da Barra dos Coqueiros; • Atracadouro das Tototós na Barra dos Coqueiros; • Embarcação encalhada HDantas; • Vegetação de manguezal; - Voltando a margem de Aracaju; • Calçadão da Praia Formosa; • Iate Clube de Aracaju; • Prédio Histórico da OAB; • Marinha; • Museu da Gente Sergipana; • Largo da Gente; • Praça Fausto Cardoso; • Palácio do Governo; • Ponte do Imperador; • Centro comercial de Aracaju; • Restaurante Tototó; • Estatua de Zé Peixe.	(1h e 30 min)
	- Saída do atracadouro das Tototós da Barra dos Coqueiros e ida de transporte turístico para o	(2 h e 30 min)

10h	povoado Capoã, onde se encontra a Associação de Catadoras de Mangaba da Barra dos Coqueiros; • Apresentação do projeto pelas Catadoras de Mangaba; • Experiência da cata da mangaba (sujeita à época de colheita); • Experiência da produção de doces e outros produtos das Catadoras de Mangaba; • Degustação de produtos; • Lojinha de produtos da mangaba.	
13h00min	- Retorno ao atracadouro das Tototós da Barra dos Coqueiros; - Ida para a Fazenda Pôr do Sol; -Vista da vegetação tipicamente litorânea da região; - Possibilidade de apreciar os golfinhos no rio Sergipe	(40 min)
13:h 40min **2h25min** **16h 40min** **17h** **17h 40min**	- Chegada a Fazenda Pôr do Sol; • Almoço; • Apresentação da Fazenda e conhecimento de sua história; • Tempo restante livre para aproveitar atividades desenvolvidas na fazenda (piscina, banho de rio, pesca de tarrafa, jogos de salão, andar de cavalo, jogos de campo e slackline); -Pôr do Sol -Retorno para Aracaju -Saída do atracadouro das Tototós de Aracaju, para o hotel.	(3h e 20min)
Obs: **No passeio é possível tomar banho de rio ou piscina na Fazenda Pôr do Sol, caso seja do seu interesse, deve levar roupa de banho.**		

Fonte: Ellen Monique Carvalho Fonseca, 2018.

CONCLUSÃO

Com esta pesquisa esperou-se contribuir com uma rota no espaço turístico rural que permita experimentar o contato com o meio ambiente e os personagens do cotidiano das atividades rurais, através da criação de serviços adequados para a rota mantendo a sustentabilidade local, a igualdade de oportunidades na comunidade na interface com as questões de gênero, auxiliando no fortalecimento das tradições, dando acesso amplo à informação, entretenimento e lazer, aos visitantes interessados nesta vivência.

Entendemos que este produto, se consolidado, apresneta potencial para contribuir com o desenvolvimento local, criando novos investimentos para o campo e gerando emprego e renda, de modo a incentivar que as pessoas não abandonem o espaço rural.

REFERÊNCIAS

BARRERA, E. **Turismo Rural:** un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. Vieites, C. Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales. Editorial Hemisferio Sur, Buenos Aires, Argentina, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. . **Turismo Rural:** orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Coordenação - Geral de Segmentação – Brasília, 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. >. Acesso em 08 jan. 2017FERREIRA.

M. L. M.; HEIDEN, R.. **Busca Patrimonial e Políticas Públicas:** o caso de São Lourenço do Sul - Rio Grande do Sul. In: Cadernos do CEOM. n. 30, p. 13-38, 2009. Disponível em: <http://apps.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/viewFile/448/280>. Acesso em 08 jan. 2017

SCHNEIDER, S **. Território, Ruralidade e Desenvolvimento**. In: VELÁSQUEZ LOZANO, Fabio.; MEDINA, Juan Guillermo Ferro (Editores). (Org.). Las Configuraciones de los Territorios Rurales en el Siglo XXI. 1 ed. Bogotá/Colombia: Editorial Pontifícia Universidad Javeriana, 2009, v. 1, p. 67-108.

SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo. **A introdução de uma inovação social entre agricultores familiares:** o turismo rural em dois roteiros do estado do Rio Grande do Sul. Colóquio Ibérico de Estudos Rurais (7.: 2008 out.: Coimbra, Portugal). Cultura, inovação e território. Coimbra: ESAC, 2008.

TEIXEIRA, V.L. **Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro**. 1998. Tese (Mestrado) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Seropédica, RJ. Disponivel em <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TwqAwQgimO4J:www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/download/11776/6891+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br > Acesso em 22.01.2018

GONÇALVES, Leonardo M.; RIBEIRO, Renata Maria, **Rota e Roteiro**: Desafios Para Uma Nova Conceituação, 2015, Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2015/12/5.-Rota-e-Roteiro-Desafios-para-uma-Nova-Conceitua%C3%A7%C3%A3o.pdf > Acesso em 22/02/2019

ASCAMAI, 2018. http://www.catadorasdemangaba.com.br/ er.asp?id=5&titulo=conteudo > acesso em 20/02/2019



TURISMO RURAL ATRAVÉS DA AÇÃO COLETIVA: UMA PROPOSTA DE ROTEIRO TURÍSTICO PARA O PERÍMETRO IRRIGADO CALIFÓRNIA

Verônica Conceição da Silva[105]
Daniella Pereira de Souza Silva[106]

RESUMO

Na zona rural do município de Canindé do São Francisco/SE está localizado o Perímetro Irrigado Califórnia, fruto de investimentos do Governo Federal, com o intuito de desenvolver as atividades agrícolas da região. Este beneficia aproximadamente 1.360 pessoas que buscam na agricultura a sua principal fonte de renda e, no turismo, uma alternativa possível na condição de Produção Associada ao Turismo. Esta localidade é o objeto de estudo deste trabalho que tem por objetivo propor um roteiro turístico para o Perímetro Irrigado Califórnia, baseado no conceito de Produção Associada ao Turismo. Para tanto, identificamos os atrativos/serviços potenciais para a viabilização do turismo dentro do Projeto Califórnia, de modo a contribuirmos com o despertar dos residentes para o desenvolvimento desta atividade seguindo os princípios do Turismo de Base Comunitária. Este trabalho é um estudo de caso. Inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica, e em seguida, a coleta dos dados primários em campo por meio de entrevista semiestruturada. Durante as visitas *in loco* foi possível elaborar o diagnóstico da localidade, contendo informações sobre os aspectos sociais, ambientais, geográficos e culturais da comunidade estudada para então definir quais os elementos integrariam o roteiro. Através da realização destas etapas, ficou claro o fato de propormos um roteiro diferenciado baseado nas premissas da Produção Associada ao Turismo, incorporando a produção rural e o modo de vida local como principal fator de atratividade. Portanto, a elaboração deste roteiro que integra a visita ao Projeto Califórnia veio a contribuir para o desenvolvimento do turismo no espaço rural do município citado.

Palavras - chave: Turismo Rural. Produção Associada ao Turismo. Perímetro Irrigado Califórnia.

ABSTRACT

In the rural zone of the municipality of Canindé do São Francisco / SE is located the California Irrigated Perimeter, fruit of investments of the Federal Government, with the intention to develop the agricultural activities of the region. This benefits approximately 1,360 people who seek in agriculture their main source of income and, in tourism, a possible alternative in the condition of Production Associated to Tourism. This locality is the object of study of this work that aims to propose a tourist itinerary for the California Irrigated Perimeter, based on the concept of Production Associated to Tourism. To this end, we identify the potential attractions / services for the viability of tourism within the California Project, in order to contribute to the awakening of the residents for the development of this activity, following the principles of Community Based Tourism. This work is a case study and a bibliographic research was done initially, and then the collection of the primary data in the field through the semistructured interview. During the field research, on-site visits were also carried out with the intention of elaborating the diagnosis of the locality. In this paper we present data and information on the environmental, geographic and cultural aspects of the studied community and then define which elements would integrate this roadmap. Through the accomplishment of these steps, it was clear that we propose a differentiated route based on the premises of the Associated Production to Tourism, incorporating the rural production and the local way of life as the main factor of attractiveness. Therefore, the preparation of this itinerary that integrates the visit to the California Project has contributed to the development of tourism in the rural area of the mentioned municipality.

Key - words: Rural Tourism. Production Associated with Tourism. Irrigated Perimeter California.

[105] Graduada em Turismo Pela Universidade Federal de Sergipe – UFS. Pós - graduada em Planejamento do Turismo também pela UFS. Membro do PLANTUR – Grupo de Estudos e Pesquisa em Turismo e Planejamento. E-mail: Veronica_csilva@hotmail.com
[106] Doutorado em Geografia (PPGEO/UFS), Professora Doutora do Departamento de Turismo (DTUR/UFS). Líder do PLANTUR – Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento. E-mail: daniellapss@hotmail.com

INTRODUÇÃO

O crescimento da atividade turística, assim como de outras atividades econômicas, requer planejamento e ordenamento para minimizar os impactos negativos e, principalmente, potencializar os positivos. Para diminuir esses impactos negativos do turismo e aproveitar os benefícios da atividade, observamos que em algumas localidades do país, por meio da mobilização e organização da sociedade civil, surgiram diversas iniciativas baseadas nos modos de vida locais, principalmente aqueles voltados ao meio rural.

As atividades associadas ao segmento do turismo rural estão contribuindo para a complementação da renda familiar das unidades de produção familiares ou não, pois o seu incremento gera novas possibilidades de desenvolvimento. O Ministério do Turismo em sua carta de segmentos denomina o turismo Rural como o "conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade" (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p.18). Neste mesmo documento é apresentado como um subgrupo do turismo rural o Agroturismo descrito como:

Atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e bens não-materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.), a partir do tempo livre" das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p.20).

Vale ressaltar que o agroturismo desenvolve-se de forma integrada a uma propriedade rural ativa, como forma complementar de atividade e de renda, permitindo ao turista um contato direto com o meio rural e possibilitando-o participar de atividades da rotina do dia a dia desta. Caracteriza-se, portanto, por uma interação entre turista e atividades agrícolas. Em contrapartida, citamos ainda o Turismo de Base Comunitária praticado também em meios rurais que prevê em sua essência um intercâmbio cultural com a oferta dos produtos e serviços turísticos, em que proporciona ao visitante a oportunidade de vivenciar uma cultura diferente da sua e à comunidade, de se beneficiar com as oportunidades econômicas geradas. Este segmento busca também a construção de um modelo alternativo de desenvolvimento turístico baseado na autogestão, no associativismo/cooperativismo, na valorização da cultura local e, principalmente, no protagonismo das comunidades.

De acordo com outra publicação do Ministério do Turismo, o Manual de Produção Associada ao Turismo, criado para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas com foco na Produção Associada, visa promover uma melhoria das atividades no âmbito do turismo já executadas pelas comunidades. Este manual surge para nortear e encorajar o fortalecimento da atividade turística no meio rural, abrindo possibilidades de incentivo para o desenvolvimento destas práticas.

Neste manual, está a definição de Produção Associada ao Turismo como sendo "qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade, ou região capazes de agregar valor ao produto turístico ressaltando o diferencial do produto turístico para torna-lo mais competitivo" (MINISTÈRIO DO TURISMO, 2011, p. 13). O artesanato, a cultura local e a produção agropecuária são exemplos de produtos que podem ser desenvolvidos e associados à atividade turística, de modo que podem gerar uma oferta diferenciada quando integrados a um roteiro turístico como o que será proposto para o Perímetro Califórnia.

Este perímetro está situado na zona rural do município de Canindé do São Francisco no território do Alto Sertão Sergipano, foi constituído por duas antigas fazendas, Cuiabá e Califórnia, desapropriadas pelo governo do Estado em 1984. As obras de construção desse perímetro foram custeadas com recursos do governo federal, havendo sido iniciadas em julho de 1985, e concluídas em março de 1987. Possui uma área total de 3.980 hectares e funciona segundo duas formas de exploração agrícola, recomendadas para a região semiárida: agricultura irrigada e de sequeiro - resistente à seca. Ele está dividido em 333 lotes, e subdivididos em setores: 253 para a agricultura familiar; 19 empresariais; 61 de agricultura de sequeiro, que beneficiam aproximadamente 1.360 pessoas entre produtores rurais, técnicos e empresários (COHIDRO, 2018).

Este artigo é fruto do projeto turístico desenvolvido para conclusão da Especialização em Planejamento do Turismo na Universidade Federal de Sergipe (UFS), que teve por objetivo geral propor um roteiro turístico para o Perímetro Irrigado Califórnia, baseado no conceito de Produção Associada ao Turismo. Foram identificados os atrativos/serviços potenciais para a viabilização do turismo dentro do Projeto Califórnia, de modo a contribuirmos com o despertar dos residentes para o desenvolvimento desta atividade seguindo os princípios do Turismo de Base Comunitária.

Para alcançarmos este objetivo, adotamos como uma das técnicas de coleta de dados o estudo de caso. Para desenvolvermos o roteiro foi realizada uma pesquisa bibliográfica para dar

o embasamento teórico necessário para a elaboração deste. Para tanto, fizemos a seleção de alguns autores através de livros, artigos, teses, entre outros, que tratam das temáticas de turismo, segmentações do turismo, turismo rural, agroturismo e turismo de base comunitária. Assim como uma busca sobre a localidade em sítios eletrônicos dos órgãos a saber: Sec. de Agricultura, Companhia de Desenvolvimento de Recursos Hídricos e Irrigação do Estado de Sergipe (COHIDRO) e Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco (CODEVASF). E o *site* do Ministério do Turismo que dispõe de documentos relacionados à produção associada ao turismo.

Quanto à pesquisa de campo, esta foi realizada em etapas: 1) Visitas *in loco*, para a realização do diagnóstico da localidade em questão e para levantar as potencialidades turísticas, através da observação participante. 2) Entrevistas semi- estruturadas, realizadas com representantes das Secretarias de Turismo, Agricultura e com o Presidente da Associação dos Melicultores do Alto Sertão, sendo este último, o membro à frente da organização comunitária local, com a finalidade de reunir dados que mostrem a realidade na qual se encontra o município em relação a atividade turística e desenvolvimento local.

DESENVOLVIMENTO

O Projeto Califórnia como é mais conhecido, está localizado próximo a sede do município de Canindé do São Francisco, distante da capital Aracaju 213 km. Este tem seu marco de entrada às margens da rodovia SE - 230 e se adentra através dos vários lotes onde residem diversas famílias. Em relação aos recursos naturais existentes, por se tratar de uma região totalmente rural, a comunidade conta com um clima quente e seco e uma vegetação com características da caatinga. Apresenta também como recursos hídricos algumas lagoas e barragens (que matam a sede dos animais) e o canal de distribuição de água da irrigação que abastece as casas e as plantações existentes no local.

O Projeto Califórnia dispõe de boa infraestrutura, uma vez que o mesmo possui energia elétrica, água encanada oriunda de poços e cisternas. As vias de acesso, apesar de serem estradas de terra, estão em bom estado de conservação (exceto no período chuvoso pois, se este for intenso, dificulta o acesso devido ao lamaçal). A coleta do lixo é um fator escasso, não há no local um sistema de coleta de lixo por meio de caminhões ou algo similar, ficando a critério de cada morador fazer o descarte do seu lixo produzido. Apresenta bom sinal de telefonia celular permitindo aos moradores contato com a tecnologia de informação e com as telecomunicações. Devido à grande proximidade entre um lote e outro, é perceptível no convívio, a política da boa vizinhança entre os moradores percebida pela boa interação social entre eles.

Os lotes de menor porte são de propriedade, em sua grande maioria, de homens, chefes de famílias que contam com a participação efetiva dos demais membros (esposa e filhos) na execução das atividades agropecuárias. Já os lotes de médio a grande porte, são responsáveis por empregar inúmeros trabalhadores rurais assalariados, que movimentam o setor empregatício do município, ficando atrás apenas do setor público.

No local encontram-se as atividades agropecuárias adequadas ao meio existente como o plantio de grandes culturas como o milho, feijão, mandioca, quiabo, goiaba, acerola, manga, banana e, recentemente, aproveitando a irrigação, começou o cultivo do morango e da uva na região,a exemplo do que acontece no sertão do São Francisco nos estados de Pernambuco e Bahia. Há também a presença de hortas orgânicas como o cultivo de cenoura, coentro, cebolinha, couve-flor, alface, beterraba, tomate, pimentão, entre outros. Constatamos também, a criação de animais desde caprinos e ovinos até aves como perus, galinhas e patos. Pudemos observer que no Projeto Califórnia também há o manejo de abelhas, feito em área de reserva legal dentro do perímetro irrigado, onde há a coleta do néctar através das floradas de plantas nativas da caatinga (umbuzeiro, algaroba e juazeiro).

Esta atividade está ativa no local desde 1996 e surgiu com a parceria entre Instituto Xingó e Prefeitura de Canindé do São Francisco na época ainda de forma sútil. Só em 2012, com o fortalecimento da Associação do Melicultores do Alto Sertão Sergipano – AMAS, a participação ativa de seus sócios e o apoio do Sebrae Sergipe, da Cooperativa Apícola de Sergipe e do Governo do Estado, esta atividade ganhou força e garantiu a construção da Casa do Mel com equipamentos adequados possibilitando a extração de até 700kg de mel por dia, que são distribuídos para uso na merenda escolar municipal e utilizados na confecção de produtos artesanais, tornando-se o maior entreposto de mel do estado e beneficiando diretamente mais de 25 famílias. (COHIDRO, 2018).

Na localidade o artesanato é composto por produtos à base de mel de abelha e leite de cabra, produzidos por mulheres membros da associação comunitária local. A gastronomia típica da região procura ressaltar pratos como quiabode (à base de quiabo e carne de bode); pernil de bode; carne de sol de bode com leite de cabra e linguiça de bode, galinha de capoeira, carneiro, rabada e sarapatel além da quiabada. Estes pratos estão no cardápio do Restaurante Sabor do Sertão e já estão sendo servidos diariamente aos clientes e visitantes.

Na dinâmica social, a localidade é composta por moradores em sua maioria adultos, seguidos de uma parcela significativa de jovens e crianças, estando os idosos em menor proporção. Por ser divida em setores, cada um destes apresenta uma unidade escolar a qual

ofertam aulas para alunos do ensino fundamental até o sexto ano. No entanto, a grande maioria dos alunos em idade escolar desloca-se até a sede do município para frequentar a escola. Há em cada setor uma pequena igreja católica onde são celebrados os casamentos, batizados e novenários, as missas são constantes, sendo realizadas uma vez ao mês.

O comércio local é composto por pequenas mercarias e bares onde são vendidos alimentos, bebidas e artigos de higiene e limpeza. Quanto à saúde dos moradores, só os setores que são habitados por um maior número de pessoas dispõem de posto de saúde com consultas periódicas. Casos mais específicos e exames, são tratados nos PSF's(Programas de Saúde da Família) na sede do município. Em relação às atividades de lazer, estas ficam por conta dos torneios de futebol realizados regularmente aos domingos, as festas religiosas como os novenários em homenagens aos santos, os aniversários e encontros em rodas de conversa nas residências e nos bares locais.

Após este breve diagnóstico, apresentamos as ações que foram traçadas para a futura implantação do roteiro turístico:

1 – Capacitação dos moradores do Projeto Califórnia

Esta fase teve por objetivo apresentar a atividade turística.aos moradores integrantes da Associação dos Melicultores do Alto Sertão e demais interessados, Foram propostas ações como: Palestra de sensibilização; Oficina de capacitação sobre turismo e roteirização; Iniciar o planejamento da elaboração do roteiro com o objetivo de despertar o interesse pelo projeto. Para tanto, será primordial contar com o apoio da liderança local (Presidente da Associação) para verificar quantos associados desejam participar destes eventos, buscar divulgar adequadamente para a captar o público alvo.

2 – Identificar, diagnosticar e selecionar as potencialidades turísticas no Perímetro Irrigado Califórnia

Nesta etapa, o objetivo foi de selecionar inicialmente os atrativos/serviços em condições de compor o roteiro. Para tanto, realizamos visitas técnicas; promovemos duas rodas de conversas com membros da localidade. Após este evento, será feita uma seleção com os que estejam interessados em integrar e este projeto/Roteiro. Em um segundo momento, sera dado sequência com visitas às propriedades rurais/lotes para a realização da Inventariação Turística para catalogar atrativos em: Centro apícola; Casa do Mel; Sistema de Irrigação; Meios de Transportes do local; Restaurante (seleção dos pratos).

3 – Conceber o roteiro turístico junto aos membros do Perímetro Irrigado Califórnia

Para esta Terceira fase, traçamos o objetivo de verificar a disponibilidade dos produtores locais em termos de capacidade de acolhimento de visitantes. As ações estarão baseadas em verificar melhores dias e horários para a recepção de grupos; definir funções dos integrantes do roteiro; realização/pré - teste do roteiro piloto. Para isto, serão feitas reuniões individuais para colher opiniões e informações de cada um dos envolvidos, e reuniões com o grupo integrante para definir o(s) público(s)-alvo do roteiro; definir condutores locais para esta fase inicial, convidar uma escola do município a participar; aplicar questionários para colher opiniões sobre o roteiro e firmar parceria na execução inicial com a Xingó Tur (agência do município especializada em roteiros ecologicos e culturais).

A partir das ações listadas, propomos um roteiro diferenciado baseado nas premissas da Produção Associada ao turismo, utilizando o modo de vida local como principal fator de atratividade. Este roteiro inicialmente funcionaria como roteiro piloto, tendo duração de um turno (podendo ser o matutino) e tendo como publico alvo os alunos da rede estadual de ensino da sede do município e após a fase de pré-teste será estendido para estudantes da Universidade Federal de Sergipe dos cursos de Turismo, Geografia e História, a princípio.

O roteiro estará focado no turismo pedagógico. Futuramente almeja-se buscar parcerias entre a comunidade local, a Secretaria de Turismo e as agências de turismo locais para o fortalecimento do roteiro e possível divulgação e venda em seus pacotes turísticos. Deste modo, a construção de um roteiro para esta localidade poderá vir a ser um diferencial para o destino Canindé de São Francisco, que atualmente só trabalha com o ecoturismo. Almeja-se realizar atividades como caminhadas para conhecer a estrutura e organização do local, passeios em carros de bois e carroças, trilhas para visitar as plantações e conhecer o modo de plantio e colheita das culturas, visitas ao centro apícola para conhecer a criação de abelhas e a produção do mel integrada à visitação da associação para acompanhar o processo de confecção dos produtos e degustação. Por fim, também será integrado à visita um bate papo sobre preservação ambiental e histórias do local. Portanto serão estes itens presentes na paisagem e dinâmica da vida social que integrarão o roteiro proposto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração de roteiro que integre a visita ao Projeto Califórnia é uma possibilidade que poderá contribuir para o desenvolvimento do turismo no espaço rural. Este roteiro será eficaz se tiver a participação da comunidade e o poder público local. Para isso, a utilização do

planejamento é de suma importância para pensar em toda a infraestrutura necessária para que isso se torne realidade. Neste contexto, a vivência dos moradores articulado com a atividade turística é uma possibilidade que permitirá a esses pequenos agricultores se manterem em seus lotes ao mesmo tempo em que poderá ter a valorização da sua produção, seu saber - fazer, suas tradições, entre outros aspectos.

Dessa forma podemos afirmar que o turismo é um fator de transformação social em comunidades de meio rural, tendo em vista que o mesmo não apenas complementa a renda do pequeno agricultor como também promove um aumento na qualidade de vida da população através da geração de empregos e a profissionalização da comunidade, como também a preservação ambiental e a sustentabilidade das produções agrícolas e não agrícolas apresentadas na comunidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dinâmica e diversidade do turismo de base comunitária**: desafio para a formulação de política pública. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural**: orientações básicas. 2.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS HÍDRICOS E IRRIGAÇÃO DO ESTADO DE SERGIPE – COHIDRO. Disponível em: http://cohidro.se.gov.br/?page_id=120. Acesso em 15/05/2018.